



universität
wien

Magisterarbeit

Titel der Magisterarbeit

„Regionale Nutzung virtueller Jugend-Communities im
ländlichen Raum,,

Eine theoretische Studie am Beispiel der
Jugend-Plattform "www.epos4.at"

Verfasserin / Verfasser

Magdalena Hahn BBakk.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, im April 2009

Studienkennzahl lt. Studienbuchblatt:	A 066 813
Studienrichtung lt. Studienbuchblatt:	Magisterstudium Soziologie
Betreuer/in:	Ao. Univ.-Prof. Dr. Eva Flicker

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Der Untersuchungsgegenstand „Epos4“	8
2.1	<i>Exkurs:</i> Der Verein „Epos4“	8
2.1.1	Jugendförderung durch Veranstaltungen	9
2.1.2	Jugendförderung durch „Jugendtreffs“	10
2.1.3	Jugendförderung durch Kommunikation und Vernetzung	11
2.2	Entstehungsgeschichte der Plattform „Epos4“	12
2.3	Entwicklung und heutige Nutzung der Plattform	13
2.3.1	Wer nutzt die Plattform?	16
2.3.1.1	Herkunft der UserInnen	16
2.3.1.2	Alter der UserInnen	17
2.4	Anwendung der Plattform	20
2.4.1	Registrierung	20
2.4.2	Anlegen eines persönlichen Profils	22
2.4.3	Kurzer Überblick über die Anwendungsmöglichkeiten	23
2.5	Funktionen der Plattform	26
2.5.1	Die Kommunikationsfunktion	27
2.5.1.1	Begriffliche Annäherung „Kommunikation“ und „Medien“	27
2.5.1.2	Kommunikationsmöglichkeiten auf der Plattform	30
2.5.1.3	Nutzung der Kommunikationsmöglichkeiten auf der Plattform	33
2.5.2	Die Informationsfunktion	34
2.5.3	Die Unterhaltungsfunktion	35
2.6	Besondere Aspekte der Plattform	36
2.6.1	Die aktive Rolle der UserInnen	36
2.6.2	Die regionale Nutzung	37
2.6.3	Die Selbstdarstellungsmöglichkeiten	38
3	Sozialwissenschaftliche Grundlagen der Studie	40
3.1	Theorien zur Medienwahl	41
3.2	Die rationale Medienwahl	43
3.2.1	Die soziale Situation	43
3.2.2	Das Problem	44
3.2.3	Das Bedürfnis	44
3.2.4	Erkennen potentieller Problemlösungen	46
3.2.5	Das Motiv	50
3.2.6	Die Handlung und ihre Konsequenzen	51
3.3	Der Uses and Gratifications Approach (UGA)	52
3.3.1	Entwicklung und Prinzipien des UGA	52

3.4	Der Nutzenansatz	54
3.5	Gratifikationsforschung	56
4	Jugend	60
4.1	Was bedeutet „Jugend“?	60
4.1.1	Die Postadoleszenz	64
4.2	Gleichaltrigenkontakte im Jugendalter	66
4.2.1	Die Peer Group	67
4.2.2	Bedeutung und Funktionen	68
4.3	Freizeit im Jugendalter	72
4.3.1	Was bedeutet „Freizeit“?	72
4.3.2	Freizeit-Partner	75
4.3.3	Freizeit-Orte	77
4.3.4	Freizeit-Aktivitäten	80
5	Mediennutzung Jugendlicher	84
5.1	Funktionen der Medien für Jugendliche	87
5.1.1	Sozialisations- und Identitätsfunktionen	88
5.1.2	Sozial-integrative Funktionen	91
5.1.3	Unterhaltungsfunktionen (Rekreation und Aktivierung)	92
5.1.4	Informationsfunktionen	94
5.1.5	Eskapistische Funktionen	94
5.2	Die Medien der Jugendlichen	96
5.3	Internetnutzung Jugendlicher	98
5.3.1	Entwicklung der Internetnutzung	99
5.3.2	Bedeutung für Jugendliche	103
5.3.3	Wie nutzen Jugendliche das Internet	106
5.3.4	Geschlechtsspezifische Unterschiede	110
5.3.5	Nutzung von Online Communities	111
6	Jugendliche im ländlichen Raum	114
6.1	Der ländliche Raum	114
6.1.1	Zwischen Tradition und Moderne	115
6.2	Die Bedeutung der Region	116
6.3	Besonderheiten der Situation Jugendlicher am Land	118
6.3.1	Strukturelle und soziale Defizite	119
6.3.2	Geschlechtsspezifische Unterschiede	123
6.3.3	Der ländliche Kommunikationsraum im Vergleich zum urbanen Kommunikationsraum	126
6.4	Die Bedeutung von Medien für Jugendliche im ländlichen Raum	127
6.5	Förderung Jugendlicher und der Jugendkultur im ländlichen Raum	128

6.5.1	Jugendarbeit im ländlichen Raum	129
6.5.1.1	Schaffung von jugendeigenen „Räumen“	130
6.5.1.2	Unterstützung der regionalen Kulturszene durch Förderung von eigen initiierten Projekten	130
6.5.1.3	Förderung durch Vernetzung & Medien	132
6.5.1.4	Förderung der weiblichen Jugendlichen.....	133
7	Die Nutzung von „Epos4“ im sozialräumlichen Kontext	135
7.1	Relevanter Forschungsstand	135
7.2	Implementierung des sozialräumlichen Kontexts in die Theorie der rationalen Medienwahl	137
7.2.1	Soziale Interaktion	137
7.2.2	Unterhaltung	142
7.2.3	Information	146
7.3	Effekte der Mediennutzung im sozialräumlichen Kontext	148
8	Resümee und Ausblick.....	152
9	Annex	161
9.1	Demografische Daten.....	161
9.1.1	Einwohnerzahlen Waldviertel	161
9.1.2	Altersverteilung Niederösterreich (12-29 Jahre)	162
9.1.3	Einwohnerentwicklung Waldviertel.....	163
9.2	Vorstands-Interview.....	164
9.3	UserInnen-Interviews.....	170
9.4	Fragebogen für weiterführende Studien.....	175
9.5	Literaturverzeichnis.....	183
9.6	Lebenslauf	197
9.7	Abstract	198

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Vorstandsteam des Vereins EPOS4	9
Abbildung 2: Registrierte UserInnen auf EPOS4 von Kalenderwoche 02/2007 bis 15/2007..	14
Abbildung 3: Einstiege/Tag von Kalenderwoche 26/06 bis 11/07	14
Abbildung 4: Eindeutige Besucher/Tag von Kalenderwoche 26/06.....	15
Abbildung 5: Beiträge/Tag von Kalenderwoche 26/06 bis 12/07:	16
Abbildung 6: Wohnort der UserInnen.....	17
Abbildung 7: Alter der Plattform-UserInnen in Kategorien	18
Abbildung 8: Alter der Plattform-UserInnen in Jahren	19
Abbildung 9: Alter der Plattform-UserInnen in Kategorien nach Geschlecht.....	19
Abbildung 10: Alter der Plattform-UserInnen in Jahren nach Geschlecht.....	20
Abbildung 11: Fenster zum Einloggen/Registrieren auf der Startseite	21
Abbildung 12: Anwendungs-Menü auf www.epos4.at	23
Abbildung 13: Grafische Veranschaulichung eines Kommunikationsprozesses.....	28
Abbildung 14: Prozess der rationalen Medienwahl	43
Abbildung 15: Bedeutung der FreundInnen für 14-24jährige	66
Abbildung 16: Freizeitausmaß Jugendlicher an Wochentagen	74
Abbildung 17: FreizeitpartnerInnen nach Alter	76
Abbildung 18: Freizeit-Orte Jugendlicher	77
Abbildung 19: (Nonmediale) Freizeitaktivitäten 12-19jähriger	81
Abbildung 20: Tätigkeiten 10-16jähriger am Nachmittag	82
Abbildung 21: Freizeitaktivitäten Jugendlicher.....	83
Abbildung 22: Mediennutzung Jugendlicher in der Freizeit	97
Abbildung 23: Freizeitbeschäftigung Jugendlicher und junger Erwachsener („sehr häufig“).	98
Abbildung 24: Bedeutungszuwachs neuer Medien	99
Abbildung 25: Netzausstattung österr. Jugendlicher im Vergleichszeitraum 2001/2004.....	100
Abbildung 26: Internetnutzungshäufigkeit Jugendlicher im Vergleichszeitraum 2005/2008	102
Abbildung 27: Bindung der Jugendlichen an Medien im Vergleichszeitraum 2005-2008.....	104
Abbildung 28: Themeninteressen Jugendlicher und junger Erwachsener.....	105
Abbildung 29: Netzaktivitäten Jugendlicher.....	107
Abbildung 30: Inhaltliche Verteilung der Internetnutzung Jugendlicher.....	109
Abbildung 31: Nutzungsfrequenz von Online-Communities	111
Abbildung 32: Aussagen über Online-Communities 12-29jähriger.....	112
Abbildung 33: Bereits besuchte Chaträume 2008	136
Abbildung 34: Rationale Medienwahl (soziale Interaktion) im sozialräumlichen Kontext....	138

Abbildung 35: Woher kennen die Jugendlichen „Epos 4“?	140
Abbildung 36: Rationale Medienwahl (Unterhaltung) im sozialräumlichen Kontext.....	142
Abbildung 37: Informationsquellen der Jugendlichen zu Online-Angeboten	143
Abbildung 38: Nutzungsgründe „Epos4“	144
Abbildung 39: Nutzungsgründe „Epos4“ nach Geschlecht	145
Abbildung 40: Rationale Medienwahl (Information) im sozialräumlichen Kontext.....	146
Abbildung 41: Effekte der Mediennutzung im sozialräumlichen Kontext.....	151
Abbildung 42: Auszüge der Plattform „Epos4“ zum Thema „Waldviertel“	160

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kommunikationsmöglichkeiten auf „www.epos4.at“ und deren Eigenschaften	32
Tabelle 2: Anzahl der abgegebenen Post in unterschiedlichen Anwendungsbereichen /gesamt	33
Tabelle 3: Freizeit-Orte Jugendlicher im Vergleich Stadt/Land	78
Tabelle 4: Funktionen virtueller Selbstdarstellungen.....	90
Tabelle 5: Breitband-Abdeckung Stadt/Land 2007.....	101

1 Einleitung

Das Phänomen „Internet“ hat sich in den vergangenen 10 Jahren explosionsartig verbreitet¹ und zugleich in seinen Nutzungsmöglichkeiten sehr vielfältig entwickelt. Während der Berufsalltag vieler Betriebe und Organisationen in westlichen Gesellschaften nicht mehr ohne computervermittelter Kommunikation vorstellbar wäre, wohl gar nicht mehr funktionieren würde, hat das Internet zugleich private Sphären bzw. den Freizeitbereich erobert. (Vgl. Opaschowski, 2006, S.49; Steinmaurer, 2002, S.66) Im Jahr 2008 waren in Österreich bereits 68,9% der Privathaushalte mit einem Internetanschluss ausgestattet. Haushalte, in denen Kinder wohnen, verfügen sogar zu 81,2% über einen Netzzugang. (Vgl. Statistik Austria 1, 2008; Vgl. Zehenter, 2005, S.8) Besonders beliebt ist das Internet bei Teenagern. (Vgl. z.B. Opaschowski, 2006, S.49; Decius/Panzieri, 2000, S.33 / S.46) Die JIM-Studie 2008 zeigte, dass in Deutschland bereits 96% aller Haushalte, in denen 12-19jährige wohnen, einen Netzzugang haben. (Vgl. MPFS, 2008, S.8)

Gerade die private Internetnutzung zeichnet sich durch Vielfalt und Komplexität aus. Damit eröffnet sich nicht nur ein neues, sondern vor allem sehr breites Forschungsfeld, dem sich heute unterschiedlichste wissenschaftliche Disziplinen zuwenden. Angesichts dieser Komplexität ist es unmöglich *eine* oder *die* zentrale bzw. universelle Theorie des Internets zu finden. Die Konzentration kann lediglich auf spezifische Teilbereiche gelegt werden. In den Sozialwissenschaften fällt der Fokus meist auf interaktive Nutzungsmöglichkeiten.

Besondere Aufmerksamkeit wird vor allem jenem Teilbereich der interaktiven Nutzung geschenkt, der das Internet deutlich von anderen Kommunikationsmedien unterscheidet. Darunter fallen Online-Communities, wie Chatrooms, Foren oder so genannte MUDs (Online Rollen-Spiele). Im Gegensatz etwa zu einem Telefonat, bei dem in der Regel *eine bestimmte* Person kontaktiert wird, bieten diese Webangebote die Möglichkeit, mit mehreren und auch anonymen Personen zeitgleich zu interagieren. In diesem

¹ Alleine zwischen 2004 (44,6%) und 2008 (68,9%) hat sich die Zahl der Haushalte mit Internetanschluss um die Hälfte vermehrt. (Vgl. Statistik Austria 1, 2008)

Zusammenhang ist häufig vom „Cyberspace“² oder „virtuellen Räumen“ die Rede. Dort können sich Personen, ähnlich wie in realweltlichen Räumen - allerdings ortsungebunden – „treffen“ und es können sogar Gemeinschaften entstehen.

In einer Reihe sozialwissenschaftlicher Arbeiten, die sich diesem Teilbereich des Internets widmen, wird konstatiert, dass sich virtuelle Gemeinschaften basierend auf kollektiven (thematischen) Interessen der Akteure bilden. (Vgl. z.B. Vollbrecht, 2002, S.57; Gräf, 1997, S. 119) Ist man etwa ein/e begeisterte/r TiefseetaucherIn, kennt aber niemanden im persönlichen Umfeld, der diese Leidenschaft teilt, kann via Internet Kontakt zu einer Tiefseetaucher-Community gesucht werden. (Vgl. Stegbauer, 2001, S.42)

„Im computererzeugten Raum werden Assoziationen nicht mehr nach geographischen Gesichtspunkten, sondern vorwiegend nach Ertragsgesichtspunkten eingegangen. Der Ertrag einer Beziehung ist in der Regel bei Interessenähnlichkeit höher. Daher werden die Assoziationen zunehmend auf Neigungshomophilie basieren, wie dies für große Städte typisch ist.“

(Gräf, 1997, S.119)

„Eine Auflösung der Bedeutung konkreter Orte wird vorhergesagt, eine Delokalisierung.“

(Stegbauer, 2001, S.42)

Entgegen der häufig vertretenen Annahme, dass Online Gemeinschaften unabhängig von der Herkunft der UserInnen basierend auf Interessensgleichheit entstehen, präsentiert sich allerdings der Gegenstand dieser Arbeit. Es handelt sich dabei um eine virtuelle Jugend-Community namens „Epos4“. Diese wird im Gegensatz zu anderen Plattformen nicht weltweit, national oder binnen eines Sprachraumes genutzt, sondern (fast ausschließlich) von Personen gleicher Herkunft oder präziser formuliert von Menschen, die in einem begrenzten Realraum von 4600 km² Fläche wohnhaft sind. Konkret handelt es sich dabei um die ländliche Region „Waldviertel“ in Niederösterreich.³

² Die Bezeichnung „Cyberspace“ stammt ursprünglich vom Science-Fiction-Autor William Gibson. (Vgl. Gräf, 1997, S.100)

³ Über 90% der NutzerInnen kommen aus dieser Region. (Vgl. Kapitel 2.3.1.1)

Diese Beobachtung steht im Widerspruch zur Hypothese des Bedeutungsverlusts konkreter Orte im virtuellen Raum.

Nun könnte es aber freilich der Fall sein, dass die Plattform etwa von nur 10 Personen binnen dieses Gebietes genutzt wird⁴, wodurch sich die These schwer widerlegen ließe. Der Zufallsmessfehler wäre in diesem Fall zu hoch. Eine Falsifikation der These des Bedeutungsverlusts konkreter Orte erscheint aber legitim, wenn man die NutzerInnenzahlen betrachtet.

Die Gesamteinwohnerzahl des Waldviertels beläuft sich auf nur⁵ rund 230.000 Personen.⁶ (Vgl. Niederösterreichische Landesregierung, 2007) Auf der Plattform „Epos4“ sind dennoch aktuell (Stand vom 07.03.2009) zirka 29 000 Personen⁷ registriert. Bedenkt man dabei, dass es sich um eine Plattform für Jugendliche und junge Erwachsene handelt, so kann man davon ausgehen, dass aus dieser Zielgruppe deutlich über fünfzig Prozent der Personen die Plattform nutzen.⁸ Die UserInnenzahl ist also nicht

⁴ Das könnte etwa bei einer privaten Homepage mit Kommunikationsfunktionen der Fall sein.

⁵ Bei ca. zehnfacher Fläche beträgt die Einwohnerzahl des Waldviertels nicht einmal ein Fünftel jener Wiens. Die Bevölkerungsdichte Wiens liegt bei rund 4025 Einwohner / km². Im Waldviertel beträgt sie nur knapp über 50 Einwohner / km². (Vgl. de.wikipedia.org 1 / 2)

⁶ Da die Einwohnerzahlen nur nach Gemeinden/Bezirken erhoben werden, wurden diese für die vorliegende Arbeit für den Großraum Waldviertel addiert. (Vgl. Annex 9.1.)

⁷ Die absolute Zahl an Registrierungen beläuft sich sogar auf 38.595. Dabei muss allerdings berücksichtigt werden, dass manche Personen zwei- oder mehrfach registriert sind. Eine Umfrage auf der Plattform (Vgl. www.epos4.at / Umfrage) , bei der die UserInnen gefragt wurden, wie oft sie sich registriert haben, ergab, dass 77,5% einfach, 14,7% zweifach, 3% dreifach und 4,5% mehr als dreifach registriert sind. Anhand dieser Ergebnisse konnte im Überschlagn die oben genannte Zahl an registrierten Personen errechnet werden.

⁸ Es liegen keine Zahlen zur Bevölkerungsverteilung nach Alter für den Raum Waldviertel vor. Deshalb wurde der Prozentsatz der 12-29jährigen (=Zielgruppe von Epos4) im Großraum Niederösterreich errechnet. Dieser liegt bei ca. 21%. In Folge dessen wurde berechnet, wie viel 21% der Bevölkerung im Raum Waldviertel ausmachen. Diese Zahl beträgt rund 46 670. 29 000 NutzerInnen der Plattform Epos4 machen folglich einen Prozentsatz von deutlich über fünfzig (~62%) in der besagten Zielgruppe aus. Selbst wenn man einen Spielraum von 10% an NutzerInnen, die nicht aus dem Waldviertel kommen, einberechnet, kann davon ausgegangen werden, dass mehr als die Hälfte der 12-29jährigen Einwohner des Waldviertels die Plattform nutzt (~56%). Die Basisdaten für die Berechnungen stammen von der Statistik Austria. (Vgl. Statistik Austria2, 2008; Vgl. Annex 9.2.)

nur in absoluten Zahlen, sondern auch relativ zur Gesamtbevölkerung des Waldviertels auffallend hoch.

Da anzunehmen ist, dass rund 30.000 junge Menschen in einer Region nicht zufällig die gleichen (spezifischen) Interessen haben, erscheint auch die These der Bildung von Online-Communities aufgrund von Interessenshomophilie nicht haltbar. Diese Vermutung bestätigt sich bereits darin, dass die Plattform „Epos4“ per se keinerlei thematischen Schwerpunkt setzt⁹. Es werden lediglich unterschiedliche Möglichkeiten und Strukturen für Interaktion und Produktion zur Verfügung gestellt. Die inhaltliche Ausrichtung der Seite wird den Nutzerinnen selbst überlassen. Dementsprechend weit gestreut ist die Themenvielfalt- und -diversität. Dennoch lassen sich durchgehend in allen Anwendungsbereichen Regionalbezüge erkennen. Diese werden von den UserInnen durch Interaktion produziert.

Wir haben es hier also mit einem Phänomen zu tun, in dessen Kontext zentrale Thesen zu Online-Communities haltlos erscheinen bzw. keine Anwendung finden können. In der Literatur werden virtuelle Gemeinschaften mit lokalem NutzerInnen-Schwerpunkt nur selten und dann auch eher am Rande erwähnt. Dabei ist zumeist die Rede von intern vernetzten Wohnblöcken oder Webseiten einzelner Städte und Gemeinden. Eine Auseinandersetzung mit einem ähnlichen Fall, wie ihn der hier behandelte Untersuchungsgegenstand darstellt, konnte auch bei intensiver Literaturrecherche nicht gefunden werden. Damit eröffnet sich ein neuer und interessanter Teilaspekt des Internets, den es noch zu erklären bzw. zu verstehen gilt.

Beginnt man mit einer Beschäftigung mit dem Phänomen, tun sich zunächst einige grundlegende Fragen auf: Warum nutzen derart viele junge Menschen einer Region dieselbe virtuelle Plattform, ist doch davon auszugehen, dass diese völlig unterschiedliche Interessen haben? Warum wird mit Personen, die real nicht weit entfernt sind, virtuell kommuniziert, anstatt sie persönlich zu treffen? Wie erhält eine

⁹ Die Plattform heißt „Epos 4“ Dieser Begriff verrät - auch wenn er für die Gründer der Community eine spezielle Bedeutung haben mag - dem/der NutzerIn nichts über die inhaltliche Ausrichtung, wie es bei vielen anderen Communities der Fall ist (z.B. www.haustier-community.de oder www.flirtchat.at).

weltweit zugängliche Internetseite eine regionale Ausrichtung, ohne diese per se vorzugeben?

Um Fragen dieser Art auf den Grund gehen zu können, muss zunächst noch eine weitere Tatsache betrachtet werden: In Großstädten finden sich keine vergleichbaren Portale. Es gibt keine Plattform, die beispielsweise nur im Raum Wien genutzt wird und dort gleich von weit über 50% der Jugendlichen. Bezieht man diese Tatsache in die Überlegungen mit ein, lässt sich auch der ländliche Raum mit seinen infrastrukturellen Eigenheiten als potentieller Einflussfaktor begreifen. Das Leben junger Menschen im ländlichen Raum ist gänzlich anderen Bedingungen unterworfen, als jenes Jugendlicher in Großstädten, sei es aufgrund begrenzter Freizeitangebote, geringerer Bevölkerungsdichte oder Angebotsschwächen des öffentlichen Personenverkehrs. Ziel der Arbeit soll es demnach sein, herauszuarbeiten, ob bzw. inwiefern die besonderen Gegebenheiten des ländlichen Raumes tatsächlich eine Verlagerung realweltlicher Gemeinschaften in den virtuellen Raum begünstigen.

Bei diesen Überlegungen muss stets auch berücksichtigt werden, dass die Usergruppe aus Jugendlichen bzw. jungen Erwachsenen besteht, die ein spezifisches Freizeit-, wie auch Mediennutzungsverhalten haben, das es in die Studie einzubeziehen gilt.

Die grundlegende Frage der Arbeit lautet: **Wie lässt sich die rege Nutzung einer regionalen virtuellen Jugend-Community im ländlichen Raum erklären?**¹⁰

Wieso entscheiden sich Teenager für dieses Medium? Und welche Vorteile können sie aus der Nutzung ziehen? Diese Fragen sollen anhand einer umfassenden theoretischen Auseinandersetzung geklärt werden.

Da das Forschungsinteresse dem Untersuchungsgegenstand selbst entsprungen ist, soll zunächst im Sinne dieser Chronologie die Plattform „Epos4“ vorgestellt werden, um bei weiteren Überlegungen darauf Bezug nehmen zu können. Dabei sollen grundlegende Fragen geklärt werden, wie: Was ist „Epos 4“? Wie ist die Plattform entstanden? Wer nutzt sie? Wie kann man sie nutzen? Oder welche Spezifika weist dieses Portal auf?

¹⁰ Konkret im Hinblick auf den Untersuchungsgegenstand formuliert lautet die Frage: „Wie lässt sich die rege Nutzung der regionalen Jugend-Community „Epos4“ im ländlichen Raum Waldviertel erklären?“

In Folge soll geklärt werden, welche sozial- bzw. kommunikationswissenschaftliche Theorie als Grundlage der Erklärung des Phänomens herangezogen wird. Wie sich in diesem Abschnitt zeigt, ist die Studie vor allem handlungstheoretisch ausgerichtet. Dabei wird der in den Kommunikationswissenschaften etablierte Nutzenansatz, der eine Verknüpfung des Uses-and-Gratifications Ansatz und der Handlungstheorie darstellt, als Erklärungsmodell verwendet.

Das nächste große Kapitel wird sich der Untersuchungspopulation widmen. Es soll nicht nur geklärt werden, wie sich die Altersphase „Jugend“ wissenschaftlich definieren bzw. abgrenzen lässt, sondern vor allem, durch welche spezifischen psychosozialen Entwicklungen und Interessen dieser Lebensabschnitt gekennzeichnet ist. Dabei soll unter anderem aufgezeigt werden, welchen Stellenwert Peer-Kontakte einnehmen und wie junge Menschen ihre Freizeit nutzen. Dass in diesem Zusammenhang Medien eine wichtige Rolle spielen, gilt als unumstritten. Deshalb wird sich ein eigenes großes Kapitel mit der Mediennutzung der Jugendlichen auseinandersetzen. Im Zentrum des Interesses steht nicht nur die Nutzungshäufigkeit und Beliebtheit unterschiedlicher Medien, sondern auch die Frage, welche Funktionen diese erfüllen können. Explizit sollen diese Überlegungen im Hinblick auf die Internutzung angestellt werden.

Schließlich, aber keineswegs zuletzt, soll konkretisiert werden, weshalb der ländliche Raum einen Einflussfaktor auf die Nutzung der Plattform darstellen kann: Durch welche strukturellen und kulturellen Eigenheiten ist dieser gekennzeichnet? Mit welchen spezifischen Bedingungen sind insbesondere die Jugendlichen konfrontiert? Welche Einschränkungen oder Benachteiligungen ergeben sich daraus? Und wie können diese kompensiert werden?

Im Verlauf der theoretischen Ausführungen soll stets ein Augenmerk auf geschlechtsspezifische Besonderheiten gelegt werden, da es nicht nur beim Kommunikations-, Medien- und Freizeitverhalten Differenzen gibt, sondern gerade auch im ländlichen Raum, Mädchen und Jungen häufig unterschiedlichen Bedingungen unterworfen sind.

Nach dieser umfassenden theoretischen Auseinandersetzung sollen die Erkenntnisse im Sinne einer Beantwortung der zentralen Fragestellungen zusammengeführt werden. Dabei sollen die Lebensphase Jugend und der ländliche Raum als soziale Ausgangssituation der Akteure in die Theorie der rationalen Medienwahl bzw. des Nutzenansatzes implementiert werden. Dadurch lässt sich aufzeigen, wie

Medienwahlentscheidungen durch die strukturellen Gegebenheiten des ländlichen Raumes begünstigt werden.

In einem abschließenden Resümee soll versucht werden, möglichst prägnant die Erkenntnisse der Arbeit darzustellen und Anregungen für weiterführende empirische Studien zu geben, die im Rahmen dieser Masterarbeit zu weit führen würden.

2 Der Untersuchungsgegenstand „Epos4“

Bei der virtuellen Jugend – Plattform „www.epos4.at“ handelt es sich um ein multifunktionales Internetportal. Es bietet also nicht nur eine spezifische Kommunikationsmöglichkeit, wie etwa einen Chat, sondern gestattet den NutzerInnen, auf sehr unterschiedliche Art und Weise miteinander in Interaktion zu treten. Zusätzlich stehen verschiedene Unterhaltungs- und Informationsangebote zur Verfügung.

In diesem Kapitel wird beschrieben, welche Möglichkeiten konkret zur Verfügung stehen und wie sich diese nutzen lassen. Dabei wird auch auf Besonderheiten der Plattform eingegangen, die für die Arbeit von Relevanz sind. Zuvor werden noch die wichtigsten Fakten zur Entstehungsgeschichte, Entwicklung und der heutigen Nutzung der Plattform dargestellt. Da diese vom Jugend- und Kulturförderverein „Epos4“ ins Leben gerufen wurde, soll zunächst in einem kurzen Exkurs auch auf diesen näher eingegangen werden.

2.1 *Exkurs:* Der Verein „Epos4“

Vereine erfüllen in unserer Gesellschaft wichtige Funktionen. Dazu zählen vor allem die *„Öffentlichkeits-, die Freizeit- und die Integrationsfunktion“*. (Vgl. Niesyto, 1991, S. 43) Jugendliche bevorzugen vor allem Vereine, die nicht von der Erwachsenenwelt kontrolliert werden. Sie suchen nach Möglichkeiten, *„unter sich“* zu sein und ohne Beaufsichtigung Erwachsener, eigene Erfahrungen zu sammeln. Dadurch können sie andere Lebenswelten kennen lernen. (Vgl. Niesyto 1991, S.70)

Gerade junge Bewohner ländlicher Regionen suchen nach jenen Jugendvereinen, die nicht von Institutionen der Erwachsenenwelt (z.B. Staat oder Kirche) kontrolliert werden, und zugleich auch Gegenpole zur traditionellen örtlichen Vereinskulturen, wie Sportvereinen oder der freiwilligen Feuerwehr, darstellen. Dort können alternative Erfahrungen gemacht werden. (Vgl. Niesyto, 1991, S.148; Böhnisch/Funk, 1989, S.222)

„Epos4“ ist der Name eines unabhängigen Jugendvereins, der im ländlichen Raum, genauer gesagt in der Region Waldviertel in Niederösterreich, tätig ist. Dieser Verein hat sich die Förderung der Jugendkultur zum Ziel gesetzt. Gegründet wurde dieser im Jahr

2003. Die Funktionäre haben allerdings schon lange vor der offiziellen Gründung an gemeinsamen Projekten der Jugendförderung gearbeitet.

Der Vereinsvorstand setzt sich heute zusammen aus dem Obmann Ing. Harald Angel (Leiter der Webseite, technischer Verantwortlicher), dem Geschäftsführer Martin Zach (Verantwortlicher für Organisation, Konzeption und Events) und dem Schriftführer Reinhard Pölzl. Des Weiteren zählen noch die drei Beiräte Rainer Wandaller (Ton, Technik, Organisation), Regina Appel (Finanzen und Abrechnungen) und Paul Weber (Programmierung) zu dem aktuell sechsköpfigen Vorstandsteam. (Vgl. Kulturverein EPOS4 1, 2007, S.6)



Abbildung 1: Vorstandsteam des Vereins EPOS4

Die Arbeit des Teams wird von rund 40 regelmäßig tätigen „*AktivistInnen*“ und vielen jungen Leuten, die sich sporadisch an Projekten des Vereins beteiligen, unterstützt. (Vgl. EPOS4 – Vorstandsinterview, 2007, S.7) Grundsätzlich bietet der Verein allen, die an einer Mitarbeit in den unterschiedlichen Tätigkeitsbereichen interessiert sind, die Möglichkeit, sich aktiv und kreativ einzubringen. Der Verein ist auf diese Unterstützung sogar angewiesen, um die vielfältigen Projektvorhaben umsetzen zu können.

2.1.1 Jugendförderung durch Veranstaltungen

Zu dem umfassenden Tätigkeitsbereich des Vereins zählt die Planung, Organisation und Durchführung unterschiedlicher Events für Jugendliche in der Region. Das Spektrum reicht dabei von Sport- und Freizeitveranstaltungen über Konzerte, Partys, Kreativ-Workshops bis hin zu einem „Epos4-Ball“. Die Veranstaltungsorte sind über den Raum

Waldviertel verteilt (z.B.: Zwettl, Allentsteig, Horn, Heidenreichstein, Schrems, Waidhofen usw.). In den letzten fünf Jahren organisierte der Verein insgesamt mehr als 120 Veranstaltungen. (Vgl. Kulturverein EPOS4 , 2007, S.1; Vorstands-Interview, 2007)

Vereine tragen durch die „*Entwicklung eigener kultureller Ausdrucksformen*“, wie Musik- oder Medienveranstaltungen zum Aufbau einer selbstständigen Kultur bei. Jugendvereine im ländlichen Raum können somit einen Beitrag zum Aufbau regionaler Jugendkultur, die weder an Althergebrachtes anknüpft, noch urbane Jugendstile reproduziert, beitragen. (Vgl. Niesyto, 1991, S.148)

„Diese kulturellen Initiativen und Veranstaltungen setzten in den letzten Jahren deutliche Akzente in Richtung einer eigenständigen Jugendkultur.“

(Niesyto, 1991, S.148)

2.1.2 Jugendförderung durch „Jugendtreffs“

Damit Jugendkultur entstehen kann, sind der Kontakt zu Gleichaltrigen und die Abgrenzung zur Erwachsenenwelt unabdingbare Voraussetzungen. (Vgl. Luger, 1985, S.18) Dafür reichen gelegentliche Veranstaltungen nicht aus. Es bedarf Räumen, an denen sich die Jugendlichen ungezwungen und unkontrolliert treffen können.¹¹ Diese Räume sind wichtig für jugendkulturelle Stilbildung und Identitätsfindung. (Vgl. Burger, 1996, S.27; Niesyto, 1991, S.28)

Jugendstudien im ländlichen Raum haben aber immer wieder gezeigt, dass es ein „*strukturelles Defizit an >Jugendräumen<*“ gibt. Zudem sind die Jugendlichen mit einer Umgebung konfrontiert, die als einengend und kontrolliert empfunden wird, und wenig Platz für eigenständige Erfahrungsproduktion lässt. (Vgl. Niesyto, 1991, S.28/32/70)

Auch den Vereinsvorständen von „Epos4“ blieb dieses Defizit nicht verborgen. Deshalb war es immer ein zentrales Anliegen, ein autonomes Jugendzentrum zu schaffen bzw. zu etablieren. Die ersten beiden Versuche (2003: „Avalon“ Allentsteig; 2005: „Escape“ in

¹¹ Als Gegenbeispiele ließen sich hier die Schule, in der sich Jugendliche gezwungener Maßen treffen, oder ein staatlich geführtes Jugendzentrum, das stark der Kontrolle der Erwachsenenwelt obliegt, anführen.

Waidhofen) scheiterten allerdings aufgrund mangelnder Unterstützung seitens der Gemeinden. Für 2010 ist der Start eines neuen Jugendzentrums *„im Herzen des Waldviertels“* in Planung. (Vgl. Vorstands-Interview, 2007)

Ein weiteres kreatives Projekt des Vereins nennt sich *„Epos4 – Mobil“*. Es handelt sich dabei um einzigartiges mobiles Jugendzentrum in Gestalt eines Wohnwagens. Zu diesem Zweck wurde ein altes Wohnmobil gekauft, vollständig saniert und umgebaut. Verwendet wird dieser mobile Treffpunkt für *„Spiele-Sessions“*, Grillfeste, Arbeitstreffen, Österreichreisen, Festivalbesuche und als Transportmittel. Dieses innovative Projekt wird von der Landesregierung Niederösterreich finanziell unterstützt. (Vgl. Vorstands - Interview, 2007; Kulturverein EPOS4, 2007)

2.1.3 Jugendförderung durch Kommunikation und Vernetzung

Das zentrale Defizit für Jugendliche im ländlichen Raum besteht allerdings in der sozialen und kommunikativen Infrastruktur. (Vgl. Niesyto, 1991, S.70) Vielfach gestaltet es sich es schwierig, insbesondere für die ganz Jungen, räumliche Distanzen zu überwinden. Aber: *„(...) was in der sozialen Wirklichkeit nicht zusammenzubringen ist, kann medial zusammengebracht werden.“* (Böhnisch, 1992, S.189) Hier bietet das Internet völlig neue Möglichkeiten.

Aus eben diesem Grund lag das zentrale Anliegen des Vereins von Beginn an im Aufbau einer regionalen Internet-Community. Die Arbeit der Vorstände begann deshalb, bereits lange vor der offiziellen Vereinsgründung, mit den Versuchen, eine Plattform für junge Leute im Waldviertel zu schaffen. Nach ersten Versuchen, die noch unter anderen Namen liefen, ging schließlich am 25.03.2002 die Webseite *„www.epos4.at“* online. (Vgl. Kulturverein EPOS4, 2007, S.1) Aufgrund des immer größer werdenden Erfolgs der Community, bestand und besteht auch heute noch ein zentraler Teil der Vereinsarbeit in der Wartung, Betreuung, Finanzierung und Verbesserung dieser Webseite. Der Vorstand wird dabei durch die *„AktivistInnen“* unterstützt, die beispielsweise unentgeltlich als *„RedakteurInnen“* auf der Plattform tätig sind. Diese prüfen unterschiedliche Inhalte, die von den UserInnen online gestellt werden (z.B. Photos, Artikel etc.) hinsichtlich juristischer und moralischer Verträglichkeit.

2.2 Entstehungsgeschichte der Plattform „Epos4“

(Vgl. Vorstands-Interview, 2007)

Vereinsobmann Harald Angel und Geschäftsführer Martin Zach begannen bereits im Jahr 1999 mit dem Aufbau einer Online-Plattform. Motiviert durch den sozialen Gedanken, eine regional vernetzte Gemeinschaft aufzubauen, investierten sie viel Zeit und Mühe, um eine entsprechende Webseite zu erstellen. Das nötige technische Wissen eigneten sie sich durch „*learnig by doing*“ an.

Da dieses Projekt von Anfang an sehr gut lief, fanden sie rasch Unterstützung durch die regionale Wochenzeitung „*Der Waldviertler*“. Die Webseite, die aus dieser Kooperation hervorging, lief unter dem Namen „*Little WV*“. Als „*Der Waldviertler*“ ein Jahr später durch die „*Print-Zeitungsverlag G.m.b.H. >Bezirksblätter<*“ übernommen wurde, scheiterte das Projekt, da sich die Gesellschaft ausschließlich auf den Printbereich konzentrieren wollte.

Die rege Nutzung und der Zuspruch seitens der UserInnen hatte aber bereits gezeigt, dass große Nachfrage nach einer regionalen Internetplattform bestand. Angespornt durch diese Resonanz, sowie neue Ideen und die Frustration über das Scheitern von „*Little WV*“, schufen Harald Angel und Martin Zach im Büro einer Webdesignfirma in Waidhofen in einer „*zwei Wochen Tag- und Nachtschicht*“ eine völlig neue Community, namens „Epos4“. Diese ging am 25.03.2002 online.

Die Plattform erreichte, nicht zuletzt durch die parallel laufenden Veranstaltungen des Vereins, rasch eine regionale Bekanntheit. Besonders förderlich war dabei auch die Übernahme des bereits zuvor (über)regional bekannten und bei der Jugend sehr beliebten Veranstaltungslokals „Avalon“ (Allentsteig) im Jahr 2003.

Von Beginn an sollte die Plattform der regionalen *Kommunikationsförderung* dienen. Deshalb zählten zu den ersten Features vor allem interaktive Anwendungsmöglichkeiten, wie etwa das Post-System, die E-Mail-Funktion oder die „*Clubs*“ und „*Foren*“.¹²

¹² Diese Anwendungsmöglichkeiten werden in den Kapiteln 2.4.3 und 2.5.1.2. näher erläutert.

2.3 Entwicklung und heutige Nutzung der Plattform

Der Erfolg des Projekts nahm unerwartete Ausmaße an. Durch die stetig steigenden NutzerInnenzahlen, musste laufend an Verbesserungen der technischen Leistungen gearbeitet werden. So wurde die Plattform einerseits durch neue Features erweitert¹³ und andererseits durch Technologie- und Server-Wechsel verbessert. Dadurch konnte Überlastungen aufgrund zu hoher Zugriffszahlen entgegengewirkt und größere Speicherplätze geschaffen werden. Die Plattform läuft heute auf vier Servern. (Vgl. Vorstands-Interview, 2007)

Aufgrund des großen Erfolgs des Projekts, konnten bereits beim fünfjährigen Bestandsjubiläum folgende Ergebnisse verbucht werden: (Vgl. Kulturverein EPOS4, 2007, S.3)

- mehr als 21.000 Registrierungen
- 15.000 Beiträge täglich
- 10 Millionen Beiträge gesamt
- 2 Milliarden „Hits“
(= die Anzahl der von einem Webserver abgerufenen Dateien)
- 250 Millionen „Page Views“
(= die Zahl der Aufrufe der Webseite)

Die Homepage ist nach wie vor sehr erfolgreich und die TeilnehmerInnenzahlen, wie Nutzungshäufigkeiten wachsen stet weiter. Aktuell verzeichnet die Plattform 38.595 Registrierungen (Stand vom 07.03.2009) (Vgl. www.epos4.at/ Statistik). Wie rasch die Anzahl an UserInnen auch 2007 noch angewachsen ist, veranschaulicht folgende Grafik:

¹³ Als Beispiel für eine technische Erweiterung ließe sich die 2004 hinzugekommene Fotofunktion „P.I.X.N.“ anführen. Eine Auflistung aller Anwendungen findet sich unter Kapitel 2.4.3.

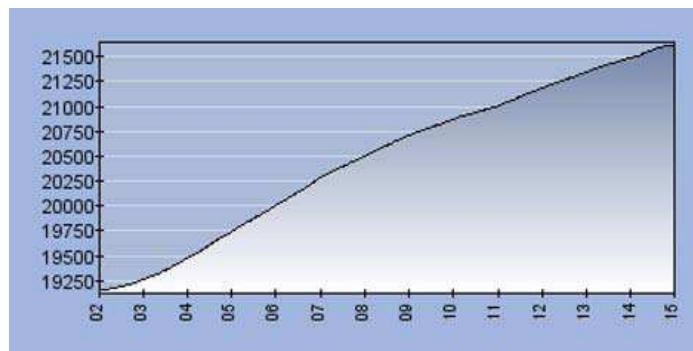


Abbildung 2: Registrierte UserInnen auf EPOS4 von Kalenderwoche 02/2007 bis 15/2007

(Vgl. Kulturverein EPOS4, 2007, S.4)

Da manche UserInnen allerdings mehrfach eingeloggt sind, ist es auch interessant zu beobachten, wie viele *Einstiege* durchschnittlich pro Tag stattfinden bzw. wie viele unterschiedliche Personen täglich „Epos4“ besuchen. Auch hier lässt sich bis auf einige Einbrüche eine generelle Wachstumstendenz erkennen, wie die folgenden Grafiken verdeutlichen. Zugleich zeigt sich, dass die Plattform von zirka einem Fünftel aller registrierten UserInnen *täglich* genutzt wird.¹⁴

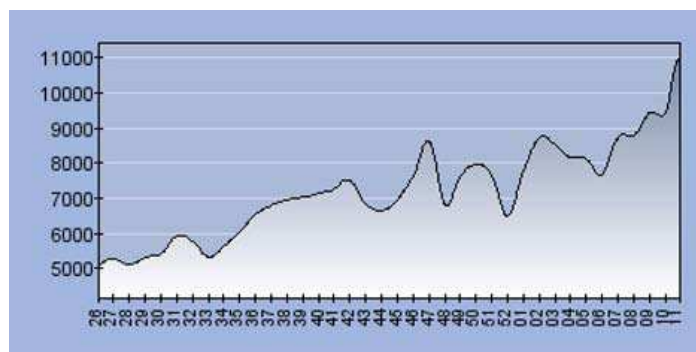


Abbildung 3: Einstiege/Tag von Kalenderwoche 26/06 bis 11/07

(Vgl. Kulturverein EPOS4, 2007, S.4)

¹⁴ 2007 lag die Zahl der UserInnen noch bei zirka 21.000. Dementsprechend sind rund 4.200 Besucher pro Tag ein Fünftel der Gesamtnutzerinnenzahl.

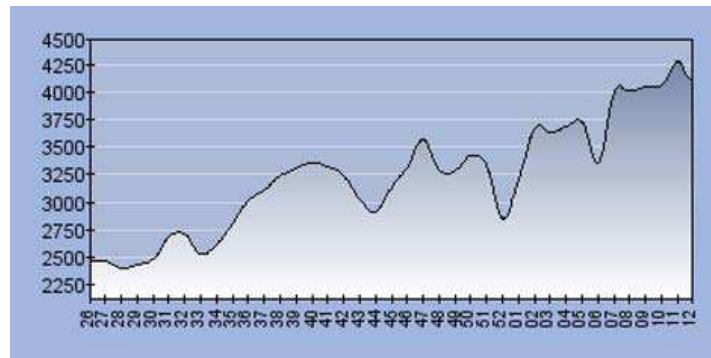


Abbildung 4: Eindeutige Besucher/Tag von Kalenderwoche 26/06

(Vgl. Kulturverein EPOS4, 2007, S.4)

Laut Grafik lag das Maximum an BesucherInnen pro Tag im Untersuchungszeitraum bei zirka 4.250. Als aktueller Vergleichswert lässt sich die UserInnenzahl vom 06.03.2009, die sich auf 7.609 beläuft, heranziehen. Es lässt sich also auch zum Vergleichszeitraum Dezember 2007 nach wie vor ein deutlicher Anstieg der *täglichen* Zahl an NutzerInnen erkennen. Im Verhältnis zur heutigen GesamtnutzerInnen-Zahl ist neben einem absoluten auch ein prozentuelles Wachstum auszumachen. Mittlerweile wird die Plattform täglich von einem Viertel aller TeilnehmerInnen genutzt.¹⁵

Neben der Anzahl an Personen ist auch interessant, wie viel Aktivität auf der Plattform stattfindet. Denn, wie viele Autoren unterscheiden, (Vgl. z.B. Brunold/Merz/Wagner, 2000 / Vollbrecht, 2002/ Stegbauer, 2005) gibt es bei Online-Communities UserInnen, die sich aktiv am Kommunikationsgeschehen beteiligen und so genannte „Lurker“, die lediglich Konversationen anderer „beobachten“, selbst aber nicht daran teilhaben. Die nachfolgende Grafik zeigt, dass auf der Plattform auch ein sehr reges und immer stärker werdendes Interaktionsgeschehen vor sich geht. Bereits seit Beginn 2007 wurden täglich mehr als 15.000 Wortmeldungen „gepostet“. Als aktueller Vergleichswert hierzu wieder die Erhebung vom 06.03.2009: An diesem Tag wurden beinahe 30.000 Beiträge (29.532) geschrieben.

¹⁵ Zuvor war es nur ein Fünftel.

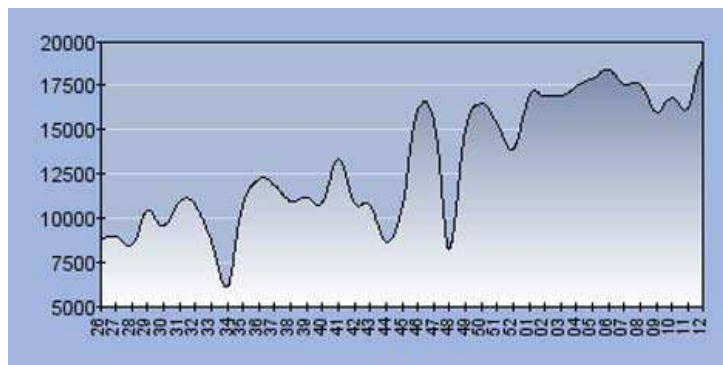


Abbildung 5: Beiträge/Tag von Kalenderwoche 26/06 bis 12/07:

Wie viele neue Beiträge gibt es auf www.epos4.at an einen Tag?

(Vgl. Kulturverein EPOS4, 2007, S.4)

Sämtliche Angaben zur Nutzung der Plattform werden täglich automatisch aktualisiert und können auf der Webseite unter dem Menüpunkt „Intern/Statistik“ abgerufen werden. Hier wird unter anderem auch die durchschnittliche tägliche Nutzungszeit erhoben. Im März 2009 lag diese bei rund 90 Minuten

2.3.1 Wer nutzt die Plattform?

In diesem Abschnitt sollen deskriptive Verteilungen der NutzerInnen nach den Variablen „Wohnort“ bzw. „Alter“ dargestellt und beschrieben werden. Die Daten stammen aus dem Umfreachiv der Plattform. (Vgl. www.epos4.at/Umfrage)

2.3.1.1 Herkunft der UserInnen

Wie bereits erwähnt, wird die Plattform hauptsächlich im Raum Waldviertel (NÖ) genutzt. Da es sich um eine weltweit zugängliche Internetseite handelt, finden sich auch ein paar Teilnehmer aus anderen Regionen Österreichs, vereinzelt sogar aus anderen Ländern. Vor allem im Großraum Niederösterreich gewinnt „Epos4“ zunehmend an Bekanntheit. So wurden beispielsweise auch schon einige „Clubs“ von jungen Leuten aus dem Weinviertel, der nordöstlichen Region von Niederösterreich, gegründet. Dennoch kommen laut den Vereinsvorständen von „Epos4“ nach wie vor rund 95% der NutzerInnen aus dem Raum Waldviertel. (Vgl. Vorstands-Interview, 2007)

Im Rahmen der „Umfrage“ auf der Plattform (Vgl. www.epos4.at/ Umfrage; vgl. auch Kapitel 2.4.3) wurde am 28.08.2006 die Frage gestellt: „In welchem „Viertel“ wohnst du?“. Als Antwortmöglichkeiten standen die vier großen Gebiete Niederösterreichs (Wald-, Wein-, Most- und Industrieviertel) zur Auswahl. Für jene, die nicht aus Niederösterreich kommen, standen die Antwortkategorien „Ich wohne nicht in Niederösterreich“ oder „Ich wohne nicht in Österreich“ zur Verfügung. An dieser Umfrage nahmen 1.149 UserInnen teil, von denen 496 männlich und 653 weiblich sind.

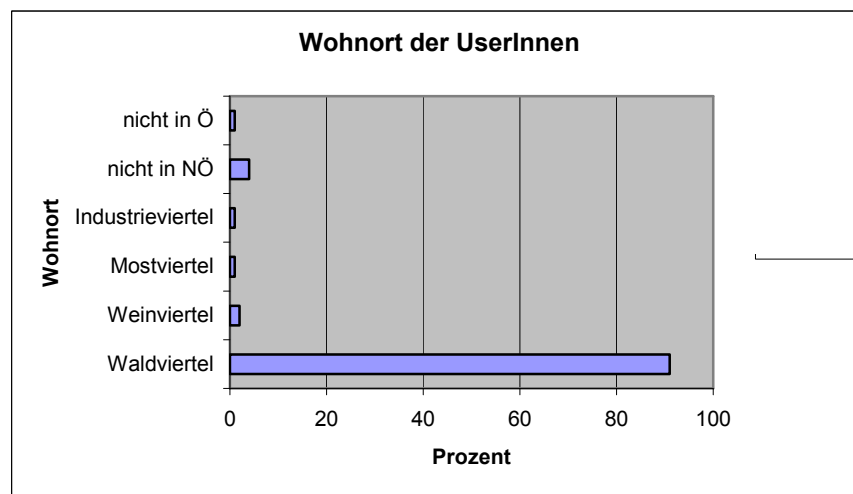


Abbildung 6: Wohnort der UserInnen

(Vgl. www.epos4.at/ Umfragenarchiv 28.08.06)

Diese Abbildung zum Umfrageergebnis verdeutlicht sehr klar, dass der Großteil der NutzerInnen (91%) tatsächlich im Waldviertel lebt. Da nach dem Wohnort und nicht nach der Herkunft gefragt wurde, kann davon ausgegangen werden, dass ein Teil der restlichen 9% ebenfalls einmal im Waldviertel wohnhaft war.

2.3.1.2 Alter der UserInnen

Es wurde des Öfteren erwähnt, dass es sich bei den NutzerInnen um jüngere Personen handelt. Dies belegen auch Auswertungen entsprechender „Umfragen“ auf der Plattform. Die aktuellste Erhebung zum Alter der UserInnen stammt vom 17.11.2006. Daran nahmen 1.580 Personen teil, von denen 696 männlich und 884 weiblich sind.

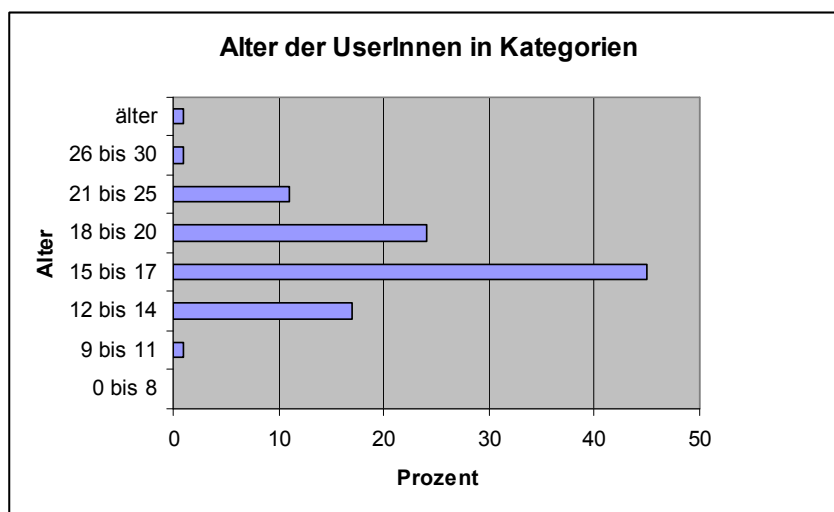


Abbildung 7: Alter der Plattform-UserInnen in Kategorien

(Vgl. www.epos4.at/ Umfragenarchiv 17.11.06)

Das Umfrageergebnis zeigt, dass die untere Altersgrenze in etwa mit dem Beginn des Jugendalters (vgl. Kapitel 4.1) gleichzusetzen ist. Nur ein Prozent der TeilnehmerInnen war jünger als 12 Jahre. Die Hauptgruppe befindet sich in einem Altersbereich von 12-25 Jahren. Die meisten davon (42%) sind zwischen 15 und 17 Jahren.

Das Durchschnittsalter aller UserInnen lässt sich nur bestimmen, wenn das Alter nicht in Kategorien, sondern absolut erhoben wird. Deshalb soll an dieser Stelle eine zweite Erhebung aus dem Umfragearchiv (13.11.2005) herangezogen werden, in der das Alter in Jahren anzugeben war. An dieser Befragung nahmen 1.390 Personen teil, von denen 789 weiblich und 601 männlich sind. Das errechnete Durchschnittsalter aller UserInnen liegt bei etwa 17 Jahren (16,8 Jahre).

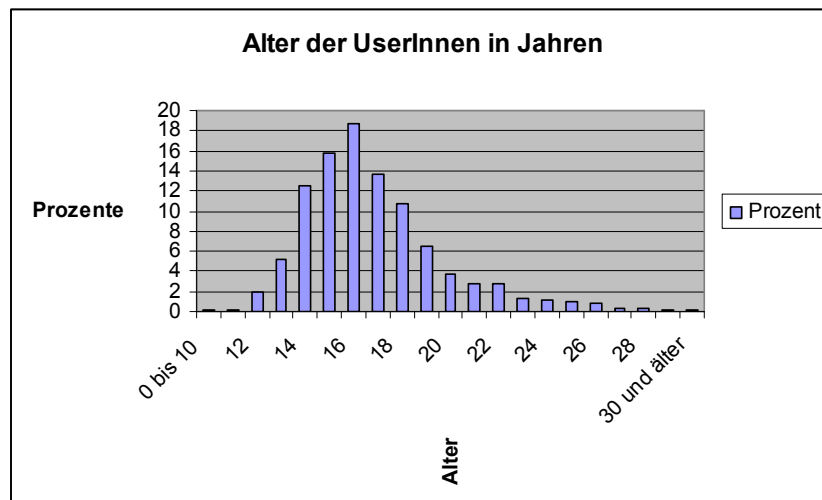


Abbildung 8: Alter der Plattform-UserInnen in Jahren

(Vgl. www.epos4.at/ Umfragenarchiv 03.11.05)

Sowohl das Umfrageergebnis 2006 (Alter in Kategorien), wie jenes aus 2005 (Alter in Jahren) weisen auf interessante geschlechtsspezifische Unterschiede hin, wie die nachfolgenden Grafiken zeigen:

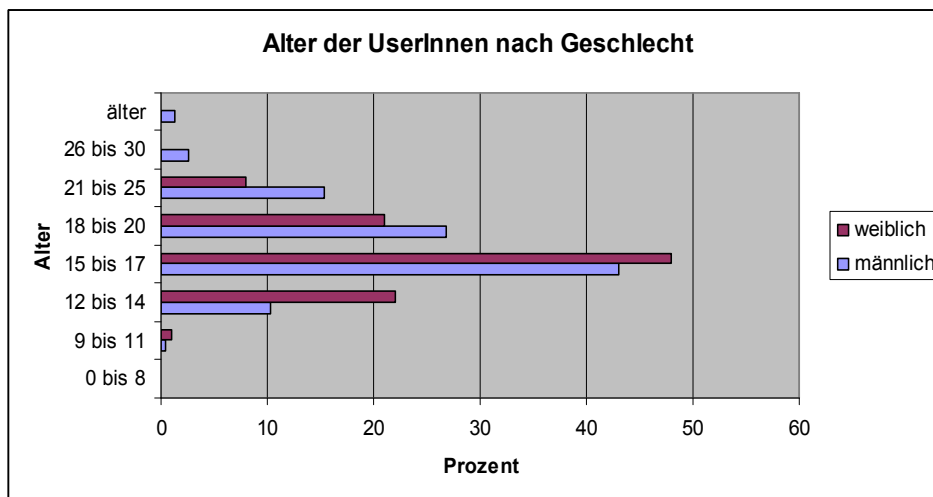


Abbildung 9: Alter der Plattform-UserInnen in Kategorien nach Geschlecht

(Vgl. www.epos4.at/ Umfragenarchiv 03.11.05)

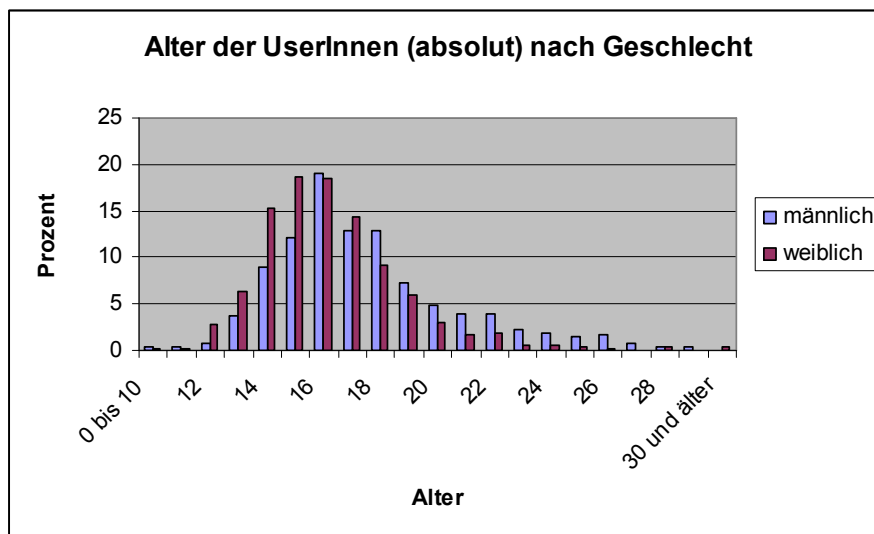


Abbildung 10: Alter der Plattform-UserInnen in Jahren nach Geschlecht

(Vgl. www.epos4.at/ Umfragenarchiv 03.11.05)

In den jüngeren NutzerInnengruppen finden sich eindeutig mehr Mädchen als Jungen, während dies bei den älteren Gruppen genau umgekehrt ist. Die Erklärung für diese signifikanten Unterschiede ist darin zu suchen, dass Mädchen bereits in der frühen Jugendphase ein verstärktes Bedürfnis nach Kontakt bzw. Kommunikation mit Gleichaltrigen haben (Vgl. Ittel/Rosendahl, 2007, S.188), später aber, wenn sie „mobiler“ werden (z.B. durch Führerschein), den persönlichen Kontakt bevorzugen. Dass die Männer bei den älteren NutzerInnengruppen stärker vertreten sind, könnte daran liegen, dass sie trotz vorhandener Mobilitätsmöglichkeit, generell mehr Zeit vor dem Computer bzw. im Internet verbringen als junge Frauen.

2.4 Anwendung der Plattform

In diesem Abschnitt soll erklärt werden, wie die Plattform genutzt werden kann. Zugleich soll damit konkretisiert werden, was „Epos4“ ist bzw. welche unterschiedlichen Anwendungsmöglichkeiten zur Verfügung stehen.

2.4.1 Registrierung

Unter der Voraussetzung eines Internetzugangs, einer funktionierenden E-Mail-Adresse und einer entsprechenden Registrierung kann jede/r die Plattform kostenlos nutzen. Um

sich erfolgreich zu registrieren, muss der auf der Startseite links unter den Photos befindliche Link „Jetzt registrieren“ angeklickt werden. (Siehe Abbildung 11)

The image shows a web form with a light blue background. At the top, it says "Jetzt einloggen" in bold. Below this are two input fields: "Dein Nickname" and "Dein Passwort". To the right of the password field is a link "Passwort vergessen?". Below these fields is a "Login" button. Further down, it says "Noch keinen Account?" in bold, followed by "Jetzt sofort kostenlos Mitglied werden!". At the bottom of this section is a green button labeled "Jetzt registrieren".

Abbildung 11: Fenster zum Einloggen/Registrieren auf der Startseite

(Vgl. www.epos4.at)

Daraufhin erscheint eine Maske, in der verpflichtend ein „Nickname“¹⁶, ein Passwort und eine gültige E-Mail - Adresse anzugeben sind. Die Angaben werden mit der „OK“-Taste bestätigt, woraufhin unmittelbar ein Code an die angegebene E-Mailadresse versandt wird. Damit kann der eigene „Account“ auf der Plattform frei geschaltet werden. Sind diese Schritte erfolgreich absolviert, stehen alle Anwendungen der Plattform zur Verfügung.

Bei jedem weiteren Einstieg muss man sich dann zunächst wieder auf der Startseite mit den angegebenen Daten (Nickname und Passwort) einloggen, um Zugriff auf alle Anwendungen zu haben.

¹⁶ Der Nickname wird im deutschen Sprachgebrauch als ein (meist kurzer) Name verstanden, der gewählt wird, um sich dadurch im Internet selbst zu bezeichnen bzw. von anderen UserInnen bezeichnet zu werden. Es kann dabei sowohl der realer Name, wie auch ein fiktiver verwendet werden.

2.4.2 Anlegen eines persönlichen Profils

In Folge besteht die nicht verpflichtende Möglichkeit, ein so genanntes „*Profil*“ zu erstellen, in dem man sich selbst beschreibt, und sich somit den anderen UserInnen vorstellt und präsentiert. Unter dem gleichnamigen Menüpunkt „*Profil*“ kann dieses angesehen, erstellt und jederzeit verändert werden.

Angegeben werden kann zunächst ein „*Profiltext*“, in dem folgende Informationen abgefragt werden:

- Lebensmotto
- „Ich mag“
- „Ich hasse“
- Lieblings-
 - sport
 - urlaubsziel
 - band
 - lied
 - schauspieler
 - film

Weitere Informationen können dann im „*Steckbrief*“ preisgegeben werden. Darin gibt es sehr viele unterschiedliche Möglichkeiten der Selbstdarstellung, wie eine Fotogalerie, einen Fragenkatalog oder ein persönliches Tagebuch. Dies soll hier nicht näher ausgeführt werden.

Während manche UserInnen nur sehr wenige Informationen von sich preisgeben, investieren andere Teilnehmer sehr viel Zeit in die Gestaltung ihres persönlichen Profils. Etliche fügen sogar spezielle Grafiken oder Fotos ein und füllen ihren Steckbrief mit äußerst umfangreichen Texten zur eigenen Person. (Vgl. Vorstands-Interview, 2007)

Jedes Profil ist prinzipiell allen anderen UserInnen zugänglich. Sofern man den Nicknamen einer anderen Person weiß, kann man diesen unter dem Menüpunkt „*Suchen*“ eingeben und daraufhin das gewünschte Profil aufrufen. Es besteht aber auch die Möglichkeit, bestimmten Personen den Zugang zum eigenen Profil zu

verwehren, indem man deren Nicknamen unter „Profil“ -> „*Meine Ignore list*“ angibt. Jene Personen haben dann zum Einem keinen Zugang mehr zum Profil und können in Folge dessen auch keine E-Mail oder Instant Message an die betreffende Personen versenden oder einen Eintrag in deren Profil machen.

2.4.3 Kurzer Überblick über die Anwendungsmöglichkeiten

Das Internet ist „(...)weiterhin mehr als ein einzelnes Medium, nämlich ein Verbund sehr unterschiedlicher Dienste, (...).“ (Harth, 2000, S.65) Dies kann sich auch binnen einer Webseite verdeutlichen. Die nachfolgende Grafik zeigt die sehr unterschiedlichen Anwendungsmöglichkeiten der Plattform „Epos4“. In Folge sollen (hinsichtlich ihrer Nutzungshäufigkeit) relevante Bereiche kurz beschrieben werden.

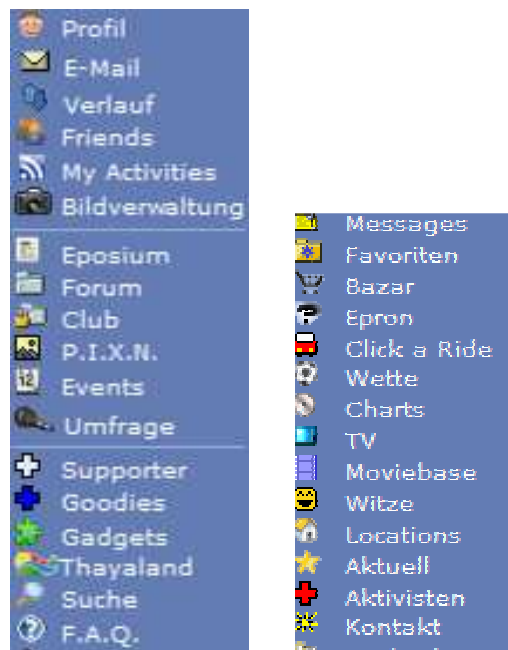


Abbildung 12: Anwendungs-Menü auf www.epos4.at

Profil

Hier können, wie bereits erläutert wurde, persönliche Angaben angesehen und verändert werden. Im Profil können auch erhaltene E-Mails, Instant Messages und Profileinträge (unterhalb der persönlichen Angaben) gelesen und beantwortet werden. Zusätzlich finden sich statistische Angaben zur (persönlichen) Nutzung, wie z.B. die Anzahl der eigenen Einstiege (= wie oft man sich schon auf der Plattform eingeloggt hat), die

Anzahl der „Views“ (= wie oft das eigene Profil insgesamt aufgerufen wurde) oder die Gesamtzeit, die die jeweilige Person auf „Epos4“ verbracht hat.

E-Mail

Erhaltene E-Mails können abgerufen und beantwortet werden. Die E-Mail - Funktion beschränkt sich allerdings auf die Plattform. Es können keine Mails an andere Server (z.B. GMX) versandt werden.

Friends

UserInnen können hier ihre selbst erstellte Auflistung aller TeilnehmerInnen, die sie zu den eigenen Freunden zählen, ansehen. Ebenso kann eine Liste jener Personen abgerufen werden, in deren „Friendlist“ man sich selbst befindet.

Eposium

Im Eposium finden sich Artikel zu unterschiedlichen Themen (in verschiedenen Rubriken, wie z.B.: Technik, Gedanken, Politik usw.), Beschreibungen verschiedener Locations und Empfehlungen anderer Webseiten. Sämtliche Informationen werden von den UserInnen selbst online gestellt. Die „Epos4“- RedakteurInnen prüfen allerdings alle Beiträge inhaltlich. Wird ein Artikel als geeignet empfunden, wird dieser in der Masterredaktion veröffentlicht. Beiträge, die als weniger relevant oder schlecht eingeschätzt werden, werden nicht von der Plattform entfernt, sondern finden Platz im so genannten „Offenen Medium“. Gelöscht werden nur Inhalte, die nicht den Richtlinien, die auf der Homepage genau angeführt sind, entsprechen.

P.I.X.N.

Unter diesem Menüpunkt können Fotos sowohl angesehen, als auch in verschiedenen Rubriken (z.B.: UserPixn, EventPixn, Locations, usw.) online gestellt werden. Zu jedem Bild können Kommentare abgegeben werden und auch die Nicknamen der UserInnen eingetragen werden, die auf dem Bild zu sehen sind. Klickt man diese Namen an, wird man zu deren persönlichen Profilen weitergeleitet.

Forum

Im Forum kann über unterschiedliche Themen diskutiert werden. Dabei hat jede/r auch die Möglichkeit, selbst ein neues Forum zu eröffnen.

Events

Hier kann ein Eventkalender angesehen werden. Alle UserInnen haben die Möglichkeit, selbst Veranstaltungen in diesen Kalender einzutragen. Zusätzlich besteht im Eventkalender die Möglichkeit, Kommentare zu den einzelnen Veranstaltungen abzugeben oder den eigenen Nicknamen einzutragen, wenn man vor hat, den Event selbst zu besuchen. Dadurch können sich die UserInnen vorab informieren, wer auf welcher Veranstaltung sein wird.

Club

Im Club können sich Kleingruppen „treffen“. Diese finden sich entweder aufgrund gemeinsamer Tätigkeiten (z.B.: Club der Köche und Köchinnen; Schulklassen, etc.) oder gemeinsamer Interessen (z.B. Fußballclub, Jazzclub, etc.). Auch private Freundeskreise richten sich gerne einen eigenen Club auf der Webseite ein. An den Clubs können nur jene Personen teilnehmen, die von Mitgliedern ebenfalls als solche akzeptiert werden. Allerdings steht jedem/jeder die Möglichkeit offen, einen eigenen Club zu gründen.

Umfrage

Auf der Plattform findet sich immer eine Umfrage, die von den UserInnen selbst online gestellt wird. Auf die Teilnahme an der Befragung folgt unmittelbar eine allgemeine, wie eine geschlechtsspezifische statistische Auswertung aller bisher abgegebenen Antworten. Im dazugehörigen Umfragearchiv finden sich auch etliche Ergebnisse zur Nutzung bzw. den NutzerInnen der Plattform (z.B. Alter, Wohnort, beliebteste Anwendungen, usw.).

Messages

Hier können Instant Messages verschickt werden.

Bazar

In verschiedenen Rubriken können Waren und Dienstleistungen angeboten, nachgefragt oder getauscht werden.

Epron

Epron ist ein Rätsel, das aus 45 Leveln besteht und auf der Plattform „gespielt“ bzw. gelöst werden kann.

Clickaride

Hier ist eine Mitfahrbörse zu finden.

Wette

Die UserInnen haben die Möglichkeit, an Fußballwetten teil zu nehmen. Es wird nicht um Geld gespielt. Man kann aber „Wettkönig/in“ werden.

Charts

In dieser Rubrik finden sich von den UserInnen selbst gewählte Musikcharts, wie Diskussionen zu den Titeln.

TV

Unter „TV“ findet sich das aktuelle Fernsehprogramm.

Moviebase

Hier gibt es alles rund um das Thema Film: neue Filme, Diskussionen zu Filmen, Ranking der beliebtesten Filme, usw.

Chat

Der Chat befindet sich nicht in der Menüleiste, sondern auf der rechten Seite, direkt unter der Liste aller Personen die aktuell eingeloggt sind. Via Chat kann „öffentlich“ und beinahe synchron kommuniziert werden.

2.5 Funktionen der Plattform

Der in der Medientheorie etablierte „Nutzenansatz“, geht davon aus, dass sich Individuen Medien mit bestimmten Nutzenerwartungen zuwenden.

„Entsprechend lautet die Frage nicht, was die Medien mit den Menschen machen, sondern, was die Menschen mit den Medien machen.“

(Höflich/Gebhardt/Steuber, 2003, S.272; Vgl. u. a. auch Ziemann, 2006, S.86)

Der Uses and Gratifications-Ansatz postuliert, dass Menschen bewusst aus der Fülle des heute bestehenden medialen Angebots wählen, um spezifische Bedürfnisse zu befriedigen. Darauf soll in Kapitel 3 näher eingegangen werden. In diesem Abschnitt soll zunächst aufgezeigt werden, welche Gratifikationen die Anwendungen der Plattform

„Epos4“ dem Einzelnen theoretisch bringen können. Hierzu sollen die drei zentralen Bedürfnisse, denen das Internet gerecht werden kann, nämlich *„Soziale Interaktion, Information und Unterhaltung“* als Grundlage der Überlegungen herangezogen werden. (Stegbauer, 2001, S.96; Döring, 2003, S.131; Zehenter, 2005, S.28)

2.5.1 Die Kommunikationsfunktion

Da im Verlauf der Arbeit die zentralen Begriffe „Kommunikation“ und „Medien“ häufig Verwendung finden werden, erscheint es an dieser Stelle zunächst unablässig, eine Definition der genannten Begrifflichkeiten vorzunehmen. Basierend auf diesen Erkenntnissen kann in Folge näher auf die Kommunikationsmöglichkeiten der Plattform, wie auch deren Nutzung eingegangen werden. Wie sich bereits im Überblick der Anwendungsmöglichkeiten zeigte, bietet „Epos4“ vielfältige Optionen für eine interaktive Nutzung. (Vgl. Kapitel 2.4.3)

2.5.1.1 Begriffliche Annäherung „Kommunikation“ und „Medien“

Um die Kommunikationsmöglichkeiten der Plattform zu erläutern, bedarf es zu aller erst einer Klärung des Terminus „Kommunikation“, wie einer Verortung des Begriffes im Kontext der Plattform „Epos4“.

Kommunikation ist als ein *wechselseitiges soziales Handeln* zu begreifen. Sie passiert im Gegensatz zu einem „Verhalten“ intentional und verfolgt ein spezifisches Ziel, weshalb diese als eine Handlung begriffen werden muss. Als „sozial“ gilt sie deshalb, weil die bewusste Handlung immer auf mindestens eine andere Person hin gerichtet ist. Sind diese beiden Voraussetzungen gegeben, spricht man von einem „kommunikativen Handeln“. Das allein stellt aber noch keine Kommunikation dar. (Vgl. Burkart, 2002, S.20ff; Giddens, 1999, S. 75f)

Diese entsteht erst durch einen dynamischen Vorgang - durch Interaktion. Eine kommunikative Handlung kann zwar „Anstoß“ für eine Kommunikation sein, bedarf aber Reziprozität, um zu einer zu werden. Viele als Massenkommunikationsmittel deklarierte Medien, wie etwas das Fernsehen, stellen eigentlich nur *kommunikative Geschehen* dar. Die interaktiven Nutzungsmöglichkeiten des Internets hingegen, bieten tatsächlich die Möglichkeit reziproker Kommunikation. Einzelbeiträge, die keine Resonanz finden, sind auch hier als „kommunikative Handlung“ zu begreifen.

Eine weitere Bedingung, um überhaupt von Kommunikation sprechen zu können, ist die „Verständigung“. Das heißt, dass vermittelte Bedeutungen „*miteinander geteilt*“ werden. Das ist das konstante Ziel jedes kommunikativen Handelns. Wie die nachfolgende Grafik veranschaulichen soll, werden Bedeutungsvorräte aber nie gänzlich geteilt. (Vgl. Burkart, 2002, S.29ff)

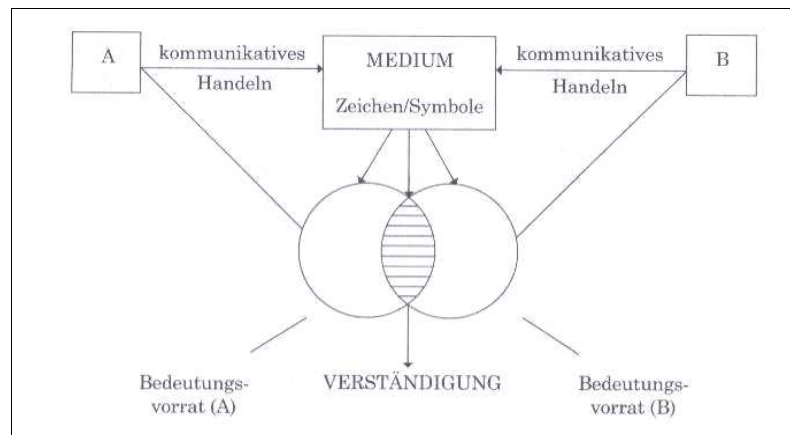


Abbildung 13: Grafische Veranschaulichung eines Kommunikationsprozesses

(Burkart, 2002, S.60)

Versteht man Kommunikation als den dargestellten Prozess der Bedeutungsvermittlung, so ist implizit bzw. in der Abbildung explizit darauf verwiesen, dass Kommunikation (bzw. auch kommunikatives Handeln) eine „*Instanz*“ braucht, durch die Inhalte vermittelt bzw. transportiert werden. In der Kommunikationswissenschaft wird diese fachspezifisch als „*Medium*“ bezeichnet. Dabei sind immaterielle Bedeutungsträger, wie Sprache ebenso als „*Medien*“ zu begreifen, wie materielle „Transportmittel“ (z.B. Zeitungsblätter). (Vgl. Burkart, 2002, S.35f)

Aus soziologischer Sicht ist eine einheitliche Bestimmung des Begriffes „Medien“ angesichts der Vielfalt an (alltagssprachlichen) Verwendungen schwierig. Andreas Ziemann versucht in „Soziologie der Medien“ eine allgemein gültige Definition aus soziologischer Perspektive zu formulieren:

„Medien sind gesellschaftliche Einrichtungen und Technologien, die etwas entweder materiell oder symbolisch vermitteln und dabei eine besondere >Problemlösungsfunktion< übernehmen. Sie verfügen über ein materielles Substrat (und sind deshalb Materialitäten menschlichen und gesellschaftlichen Seins), welches im Gebrauch oder durch seinen Einsatz Wahrnehmungen, Handlungen, Kommunikationsprozesse, Vergesellschaftung und schließlich soziale Ordnung im generellen ermöglicht wie auch >formt<.“

(Ziemann, 2006, S.17)

Diese umfassende Begriffbestimmung erfasst auch den hier diskutierten Gegenstand. „Epos4“ ist sowohl eine gesellschaftliche Einrichtung, wie Technologie, mittels der Inhalte symbolisch vermittelt werden können. Gleichzeitig kann die Plattform als Problemlösung fungieren bzw. zur Befriedigung spezifischer Bedürfnisse genutzt werden.¹⁷

Oftmals wird das Internet, ebenso wie Rundfunk oder Zeitungen, als *Massenmedium* bezeichnet. Im Sinne der von Gerhard Maletzke definierten Kriterien zur Bestimmung von Massenkommunikation, ist diese Bezeichnung durchaus zulässig. Durch virtuelle Technologien kann *indirekte* (raum-zeitliche Trennung zwischen Kommunikator und Rezipient), *einseitige* (Sender-Empfänger Prinzip ohne Rollenwechsel) und an ein *disperses Publikum* (unbegrenzte und undefinierte Empfängerschaft) gerichtete Verbreitung von Inhalten statt finden. Darüber hinaus bietet das Internet aber zusätzlich die Möglichkeit der interaktiven Nutzung. Es kann sowohl Kommunikation zwischen Dyaden, Gruppen als auch Öffentlichkeiten statt finden. (Vgl. Maletzke, 1972, S.20f; Harth, 2000, S.65; Burkart, 2002, S.169ff)

Anhand einer Einteilung von Harry Pross (1972) können unterschiedliche Vermittlungsinstanzen als primäre, sekundäre oder tertiäre Medien eingestuft werden. Zu den primären Medien zählen alle *„leibesgebundenen Expressionsmöglichkeiten“*, wie Sprache, Mimik oder Gestik. Sekundäre Medien sind jene, die auf der Seite des Inhaltsproduzenten/der Inhaltsproduzentin eines Gerätes bedürfen, auf der des

¹⁷ Ziemann verweist auf die Tatsache, dass Medien nur in Verbindung mit spezifischen Gebrauchspraktiken Problemlösungen darstellen. (Vgl. Ziemann, 2006, S.17)

Empfängers/der Empfängerin allerdings nicht (z.B. Buch, Zeitung, etc.). Unter die tertiären Medien fallen all jene Vermittlungsinstanzen, bei denen auf beiden Seiten ein Gerät erforderlich ist (z.B. Telefon, Rundfunk, TV, Computer, etc.). (Vgl. Burkart, 2002, S.36f) Je nach Medientyp, erfolgt die symbolische Vermittlung anders. Via Radio können etwa keine visuellen Signale vermittelt werden.

„Die jeweiligen Kommunikationsmittel verhelfen der Mitteilung also nicht nur dazu überhaupt in Erscheinung zu treten, sondern sie bestimmen auch die >Form<, in der dies geschieht: eine Mitteilung kann gesprochen, geschrieben, gedeutet, gezeichnet (u.ä.) werden.“

(Burkart, 2002, S.38)

Die Plattform „Epos4“ ist als tertiäres *Kommunikationsmedium* einzustufen. Sie ermöglicht das wechselseitige Versenden von Botschaften, d.h. die AkteurInnen können sowohl die Rolle des Empfängers/der Empfängerin als auch des Senders/der Senderin einnehmen, allerdings nur unter der Voraussetzung des Vorhandenseins technischer Geräte auf beiden Seiten. Gleichzeitig bestimmt die Technologie die „Form“, in der Interaktion statt finden kann. Das Internet bietet heute zwar eine Fülle von kommunikativen Vermittlungsformen (auch audiovisuelle Möglichkeiten), auf der Plattform EPOS4 sind diese allerdings auf die Schriftsprache und Ikons (z.B. „Smilies“) ¹⁸ beschränkt.

Aufgrund dieser Einschränkung kann keine völlig synchrone Kommunikation stattfinden, da Mitteilungen erst auf der Tastatur des Computers eingetippt werden müssen. Allerdings gelten bestimmte Vermittlungsmöglichkeiten, wie Chat oder „Instant-Message“, die bei gleichzeitiger „Anwesenheit im virtuellen Raum“ genutzt werden, als „beinahe synchron.“

2.5.1.2 Kommunikationsmöglichkeiten auf der Plattform

Wie bereits aus dem Überblick der Anwendungen (Vgl. Kapitel 2.4.3) deutlich wurde, bietet die Plattform unterschiedliche Möglichkeiten, um mit anderen UserInnen zu

¹⁸ „Smilies“ sind gemalte oder technisch erstellte Bilder von Gesichtern, die spezifische Emotionen ausdrücken.

kommunizieren. Manche können genutzt werden, um mit *einer* bestimmten Person, andere um mit mehreren Personen Kontakt aufzunehmen. Die UserInnen können demnach nicht nur selbst entscheiden, worüber kommuniziert wird, sondern auch auf welche Weise. Zur Auswahl stehen die Mail-Funktion, der Chat, das Post-System oder die Instant Message.

Mittels E-Mail können nur bestimmte ausgewählte UserInnen kontaktiert werden. Die versandten Nachrichten sind folglich auch nur für jene Personen zugänglich. Mails bleiben gespeichert und sind deshalb in der Regel nicht für synchrone Kommunikation gedacht.

Hierfür eignet sich die Instant Message. Durch dieses System können zwei UserInnen, die zur gleichen Zeit auf der Plattform online sind, beinahe synchron kommunizieren. Auch diese Mitteilungen sind für dritte nicht lesbar.

Via Chat können UserInnen, die zur gleichen Zeit eingeloggt sind, ebenfalls beinahe synchron miteinander interagieren.¹⁹ Der Unterschied zur Instant Message besteht darin, dass versandte Nachrichten für alle TeilnehmerInnen lesbar sind. Chat-Beiträge können sich deshalb an eine/n oder mehrere UserInnen richten bzw. auch beantwortet werden.

Ein Post kann sich sowohl an eine als auch mehrere Person/en richten. Dabei ist zu unterscheiden zwischen Posts, die in Profilen „hinterlassen“ werden und jenen, die zu bestimmten Themen oder innerhalb spezifischer Anwendungsbereiche geschrieben werden (z.B. Kommentar in einem bestimmten Forum oder zu einem bestimmten Foto). Erstere richten sich in der Regel an die Person, der das Profil gehört. Posts in anderen Bereichen können sich sowohl an eine als auch mehrere Personen, wie an die Allgemeinheit der UserInnen richten. Ob Posts Resonanz finden und somit Kommunikation initiieren, hängt sehr stark vom Inhalt ab und auch davon, *wo* sie abgegeben wurden. Die Mitfahrbörse etwa wird relativ wenig genutzt. Kommunikation mittels Post verläuft in der Regel asynchron.

¹⁹ Marc Decius und Ralf Panzieri sprechen im Zusammenhang mit dem IRC (Internet-Relay-Chat) von „Echtzeit-Kommunikation“. (Vgl. Decius/Panzieri, 2000, S.14)

Zur übersichtlicheren Verständnis der Kommunikationsmöglichkeiten soll die folgende Tabelle dienen:

KOMMUNIKATIONS-MÖGLICHKEIT	Kommunikations-form	Möglicher Adressat	Kann gelesen/ beantwortet werden von:
Chat	synchron ²⁰	Ein/e /mehrere/ alle TeilnehmerInnen	allen UserInnen
E-Mail	asynchron ²¹	Ein/e bestimmte/r TeilnehmerIn	bestimmten AdressatInnen
Instant Message	synchron	Ein/e bestimmte/r TeilnehmerIn	bestimmten AdressatInnen
Post (allgemein)	asynchron	Ein/e /mehrere/ alle TeilnehmerInnen	allen UserInnen
Post (in „Club“)	asynchron	Ein/e bestimmte/r TeilnehmerIn	Club-mitgliedern
Post (in „Forum“)	asynchron	Ein/e /mehrere/ alle TeilnehmerInnen	allen UserInnen
Post (in Profil)	asynchron	Ein/e bestimmte/r TeilnehmerIn	allen UserInnen

Tabelle 1: Kommunikationsmöglichkeiten auf „www.epos4.at“ und deren Eigenschaften

²⁰ Computervermittelte Interaktion kann prinzipiell nicht in derselben Weise „synchron“ verlaufen, wie es in einer Face-to-face – Interaktion der Fall sein kann, da die Eingabe des Textes einer gewissen Zeit bedarf. Der Begriff „synchron“ bezeichnet hier also lediglich eine Interaktionsform, die stattfindet unter gleichzeitiger Anwesenheit der InteraktionspartnerInnen im virtuellen Raum unter der Voraussetzung, dass Mitteilungen rasch beantwortet werden. (Vgl. auch Misoch, 2007, S.167)

²¹ Die Kommunikationsmöglichkeiten, die als asynchrone gelten, könnten im Sinne der Erklärung von Synchronität computervermittelter Kommunikation, prinzipiell auch synchron verlaufen, allerdings werden sie in der Regel asynchron genutzt. (Vgl. auch Misoch, 2007, S.167)

Nachdem geklärt wurde, in welcher Form kommuniziert werden kann, stellt sich die Frage, welche dieser Möglichkeiten bevorzugt genutzt wird. In der „Statistik“ die von der Plattform automatisch generiert wird, finden sich Angaben zu den „Posts“²². Zur Nutzung von Chat, E-Mail und Instant Message liegen entsprechende statistische Erfassungen leider nicht vor. Aus dem Vorstandsinterview konnte allerdings entnommen werden, dass die „Posts“ die mit Abstand am häufigsten verwendete Kommunikationsmöglichkeit darstellen. An zweiter Stelle, wenngleich auch weit abgelegen, folgt die Instant-Message – Funktion. (Vgl. Vorstands-Interview, 2007) In Folge soll demnach auf die beliebteste Kommunikationsform, die Posts, näher eingegangen werden.

2.5.1.3 Nutzung der Kommunikationsmöglichkeiten auf der Plattform

Post wurde abgegeben unter:	Anzahl der Posts gesamt
Profil (inkl. Steckbriefe)	8.324.332 (8.952.933)
Club	1.142.785
Forum	477.865
P.I.X.N.	457.722
Umfrage	316.321
Redaktion	61.560
Events	44.515
Bazar	36.261
Gesamt	11.519.836

Tabelle 2: Anzahl der abgegebenen Post in unterschiedlichen Anwendungsbereichen /gesamt

(Vgl. www.epos4.at/Statistik; Stand: 02.09.2007)

Wie aus der angeführten Tabelle entnommen werden kann, wird am häufigsten in Userprofilen und Clubs „gepostet“. Dies zeigt, dass sich die meisten kommunikativen Tätigkeiten auf der Plattform an *bestimmte* andere Personen richten.

²² Es kann nachgesehen werden, wie viele „Posts“ am einem Tag bzw. insgesamt in den unterschiedlichen Bereichen der Plattform abgegeben wurden.

Das Forum, in dem man zu spezifischen Themen und nicht mit bestimmten Personen kommuniziert, findet sich mit 477.865 Beiträgen nur auf dem vierten Platz. Dabei muss allerdings festgehalten werden, dass bei fast einer halben Million „Posts“ keineswegs von einer geringen Nutzung die Rede sein kann. In diesem Zusammenhang erscheint auch die Frage interessant, zu welchen Forumsthemen die meisten Kommentare abgegeben werden.

Hierzu findet sich ein Ranking unter dem Menüpunkt „*Intern/Statistik/Forum-Statistik*“. Betrachtet man die Top 5 Themen, stößt man auf eine interessante Tatsache. Auf Platz eins (mit 249.769 Posts) findet sich ein Forum aus der Rubrik „Gedanken“ mit dem Titel „Just in diesem Moment“. Dies mag angesichts der thematischen Offenheit nicht ungewöhnlich erscheinen. Auf den folgenden vier Plätzen finden sich allerdings ebenfalls Foren, die nicht dem Austausch zu einem *spezifischen Themen* dienen, sondern viel mehr der Unterhaltung (z.B. „Wortkette“ oder „Die Person unter mir“, einen Kommentar zur Person, die zuvor gepostet hat schreiben). Thilo Harth verweist darauf, dass gerade junge Menschen, Foren und Newsgroups eher zur Konversation über belanglose Themen nutzen. (Vgl. Harth, 2000, S.67)

2.5.2 Die Informationsfunktion

Informationen sind jene Arten von Mitteilungen, die das Wissen des Empfängers/der EmpfängerIn erweitern und dessen „Nichtwissen“ reduzieren. Eine Botschaft kann somit nicht *ex ante* informativ sein. Ihr Informationsgehalt hängt immer vom Wissen des Empfängers/der EmpfängerIn ab. (Vgl. Burkart, 2002, S.402f) In diesem Verständnis können viele unterschiedliche, auf der Plattform befindliche Inhalte, informative Funktionen erfüllen, sofern sie den Wissensstand des jeweiligen RezipientInnen erweitern.

Da der Uses-and-Gratifications - Ansatz dem Individuum eine aktive Selektionsleistung zuspricht, kann vor allem jenen Anwendungsbereichen der Plattform eine Informationsfunktion zugeschrieben werden, in denen *bewusst* nach Wissens-erweiterung gesucht wird. Hierzu zählt vor allem der Eventkalender. Auch die UserInnen-Profile können informativ genutzt werden, wenn intentional Auskünfte über bestimmte Personen eingeholt werden.

„Es ist einfach jeder registriert und man kann über so ziemlich jeden Menschen, den man im W4 trifft, etwas erfahren (...)“

(Userin, 17 Jahre)

Die Plattform bietet also unterschiedliche Möglichkeiten, (regionale) Informationen einzuholen, sei es über (regionale) Veranstaltungen, Personen oder etwa Warenangebote (Bazar). Dennoch ist keine Botschaft an sich eine Information, sondern wird erst durch den/die „nicht-wissende/n“ und interessierte/n AkteurIn zu einer gemacht.

2.5.3 Die Unterhaltungsfunktion

In der JIM-Studie 2005²³ wurde unter anderem die Eignung unterschiedlicher Medien für spezifische Nutzungsbedürfnisse erhoben. Es zeigte sich, dass Jugendliche, wenn sie „Spaß haben“ wollen, dem Internet die größten Gratifikationen zuschreiben. Sie empfinden es auch dann als geeignetes Medium, wenn es darum geht, etwas Spannendes zu erleben oder Langeweile entgegen zu wirken. (Vgl. MPFS, 2005, S.53)

„Epos4“ bietet für das Bedürfnis nach Unterhaltung diverse Möglichkeiten: Man kann sich beispielsweise mit „Spielen“ (Wetten, Rätseln, etc.) beschäftigen, Witze lesen oder Fotos ansehen. Grundsätzlich ist allerdings davon auszugehen, dass die meisten Features der Plattform, also auch kommunikative, ebenfalls zu selbigem Zweck verwendet werden.

Kommunikative Handlungen verfolgen, wie bereits erwähnt, spezifische Ziele. Diese können entweder inhalts- oder situationsbezogen sein. Bei einer inhaltsbezogenen Äußerung entspringt der Inhalt direkt aus dem zu realisierenden Interesse. Ein Beispiel hierfür wäre, dass man möchte, dass jemand etwas Bestimmtes macht (z.B.: „Kannst du mir die Hausaufgaben für morgen schicken?“). Situationsbezogene Kommunikation wird nur vom Bedürfnis nach Interaktion bestimmt. Inhalte sind dabei nur peripher von Bedeutung. (z.B.: „Mir ist so fad. Was machst du gerade“) Situationsbezogene Kommunikation erfüllt nicht nur eine sozial-integrative, sondern auch eine unterhaltende Funktion. (Vgl. Burkart, 2002, S.28)

²³ Die JIM-Studie ist eine jährlich durchgeführte umfassende Untersuchung zur Mediennutzung deutscher Jugendlicher. 2005 wurden 1203 Personen zwischen 12 und 19 Jahren befragt.

Generell gilt in der Theorie des Nutzenansatzes, dass verschiedene Personen aus ein und derselben Sache, unterschiedliche „Gratifikationen“ beziehen können. Das heißt, dass *„(...) (nahezu) jeder Inhalt in (nahezu) beliebiger Weise vom Rezipienten benutzt werden kann.“* (Renckstorf, 1977, S.15) So kann auch beinahe jedes Feature der Plattform EPOS4 sowohl zur sozialen Interaktion, Information, als auch zu Unterhaltungszwecken genutzt werden.

Wie die JIM-Studien 2006 und 2008²⁴ zeigten, wird das Internet von Jugendlichen, unabhängig von Alter, Geschlecht oder Bildung, hauptsächlich zur Kommunikation genutzt, weniger aber zur konkreten Informationssuche oder für Spiele (Unterhaltung). (Vgl. MPFS, 2006, S.41; MPFS, 2008, S.51) Darauf wird in Kapitel 5.4. näher eingegangen.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass „Epos4“ mit einer Vielzahl unterschiedlicher Anwendungsmöglichkeiten mehreren Bedürfnissen gerecht werden kann. Welche Gratifikationen konkret durch eine Nutzung erhalten werden, hängt von der individuellen Gebrauchsweise und dem sozialräumlichen Kontext ab.

2.6 Besondere Aspekte der Plattform

Neben den vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten zeichnet sich die Plattform auch durch spezifische Charakteristika aus, die im Kontext der Arbeit von Relevanz sind. Zum Teil wurden diese Merkmale bereits angeschnitten. In diesem Kapitel sollen sie näher erläutert werden.

2.6.1 Die aktive Rolle der UserInnen

Jugendliche wollen sich nicht nur neue Handlungsräume zu eigen machen, sondern diese auch selbst umgestalten. Im Prozess der Identitätsfindung ist dies von elementarer Bedeutung. Gerade im ländlichen Raum lassen aber viele Orte keine kreative Eigentätigkeit zu.²⁵ Hort Niesyto rät deshalb zu Medienarbeit, die der Förderung

²⁴ In der JIM-Studie wird jährlich das Mediennutzungsverhalten deutscher Jugendlicher zwischen 12 und 19 Jahren erhoben.

²⁵ Darauf wird in den weiteren Kapitel noch näher Bezug genommen.

regionaler Jugendkultur dient. Diese soll von MitarbeiterInnen nur soweit unterstützt werden, dass sich diese ausschließlich auf den „*technisch-gestalterischen Bereich*“ bzw. auf „*organisatorische und koordinative Aufgaben*“ konzentrieren. (Vgl. Niesyto, 1991, S.177)

Das Projekt „www.epos4.at“ basiert und funktioniert auf eben diesem Postulat. Der Verein schafft technische Leistungen, die er durch das Feedback der TeilnehmerInnen laufend verbessert. Die Inhalte der Plattform werden allerdings ausschließlich durch die (interaktive) Nutzung der UserInnen generiert. Als Beispiel lassen sich etwa die Foren zu unterschiedlichen Themen nennen, die die UserInnen selbst eröffnen. Auch Fotos, Artikel, Event-Hinweise, Witze, Umfragen, Bazar-Angebote usw. werden ausschließlich von den Jugendlichen selbst auf die Plattform gestellt.

Die Vereinsvorstände von „Epos4“ sehen in dieser aktiven und kreativen Rolle der UserInnen einen zentralen Aspekt der Plattform:

„Die Webseite wird von den Usern gefüttert. >Epos4< lebt von den Usern.“

(Vorstands-Interview, 2007)

2.6.2 Die regionale Nutzung

„Anders als die meisten Verkehrskreise im physischen Raum sind die Online-Verkehrskreise in der Regel nicht an geographische Räume gebunden.“

(Gräf, 1997, S.118)

Wie in Kapitel 1.3.1.1. bereits geklärt wurde, kommt ein Großteil der UserInnen aus dem Gebiet Waldviertel in Niederösterreich. *„Auf den ersten Blick scheint die Bildung einer lokalen Community dem Grundgedanken des Internets zu widersprechen.“* (Brunold/März/Wagner, 2000, S.35) Geht man davon aus, dass sich auf lokaler Ebene der persönliche Kontakt einfacher gestaltet, stellt eine regional genutzte Internetplattform freilich eine Paradoxie dar. (Vgl. Brunold/Merz/Wagner, 2000, S.36) Diese Annahme berücksichtigt aber nicht die besonderen strukturellen Voraussetzungen, mit denen gerade Jugendliche ländlicher Regionen konfrontiert sind. Analysiert man nämlich das Entstehen einer regionalen Internet-Community unter diesen Aspekten, lässt sich die Sinnhaftigkeit herausarbeiten.

Eine Studie von Husmann 1998 ergab, dass „Chatter“ durchaus Interesse daran zeigen, KommunikationspartnerInnen aus dem virtuellen Raum besser kennen zu lernen und auch im realen Leben zu treffen. (Vgl. Husmann, 1998) So gesehen ist die Nutzung einer regionalen Community natürlich von Vorteil. Man kann neue Personen kennen lernen, die real nicht weit entfernt wohnen.

Im Zusammenhang mit der regionalen Nutzung ist auch die zuvor besprochene aktive Rolle von Bedeutung. Obwohl die Plattform an sich in keiner Weise regional konzipiert ist, lässt sich in sämtlichen Anwendungsmöglichkeiten eine regionale Ausrichtung erkennen (z.B. örtliche Veranstaltungshinweise im Eventkalender). Auf diese Weise entsteht eine reziproke Verstärkung. Die vorhandenen Inhalte sprechen Jugendliche aus der Region an, die ihrerseits wiederum regionale Themenbezüge verstärken.

2.6.3 Die Selbstdarstellungsmöglichkeiten

„Im Cyberspace, wie Baudrillard sagen könnte, sind wir nicht mehr „Leute“, sondern wir sind Botschaften auf den Computerbildschirmen der anderen.“

(Giddens, 1999, S.429)

Jugendliche stecken in einem intensiven Prozess der Identitätsfindung. Die Möglichkeit sich im Internet selbst in gewünschter Weise zu präsentieren bzw. (neue) virtuelle Identitäten einzunehmen, kann in diesem Prozess unterstützend wirken. Die Jugendlichen können nicht nur lernen ihre Persönlichkeit neu zu verstehen, sondern auch durch die Begegnung mit anderen, verschiedene Identitätsentwürfe und Verhaltensweisen erproben.

Die oft sehr aufwendige Gestaltung der persönlichen „Profile“ lässt die Wichtigkeit der Selbstpräsentation erahnen. Auch Vereinsvorstände von „Epos4“ sehen eine besondere Bedeutung in den umfangreichen Selbstdarstellungsmöglichkeiten (Vgl. Vorstands-Interview, 2007)

Die Tatsache, dass die meiste Kommunikation innerhalb der persönlichen Profile stattfindet, untermauert diese Annahme ebenfalls. Offensichtlich wird bevorzugt „öffentlich“ und im Rahmen der Selbstpräsentation (Profil) kommuniziert, obwohl die

Plattform ebenso Möglichkeiten des Austausches bietet, die nicht für Dritte lesbar sind (z.B. Mail oder Instant-Message). (Vgl. Vorstands-Interview, 2007)

Im Vergleich zu anderen Communities, wo häufig mit gänzlich fiktiven Identitäten agiert wird, legen die NutzerInnen von Epos4 in ihrer Selbstdarstellung weniger Wert auf Anonymität. In einer „*Umfrage*“ zeigte sich auch, dass weniger gelogen wird, was Angaben zur eigenen Person betrifft. Das liegt vermutlich daran, dass hier Menschen einander „begegnen“, die sich auch im realen Leben kennen oder treffen (können). Trotzdem nutzen Einige sicher auch die Möglichkeit, ein neues oder anderes „Bild“ von sich selbst zu präsentieren, als jenes, das man aus der Realität kennt. Dadurch schafft die Plattform neue Arten der Begegnung von Personen einer Region.

Nach dieser Einführung in den Gegenstand, soll geklärt werden, wie man an diesen im Sinne des Forschungsinteresses herangehen kann. Deshalb sollen im nächsten Kapitel die sozial- und kommunikationswissenschaftlichen Grundlagen der Studie diskutiert werden.

3 Sozialwissenschaftliche Grundlagen der Studie

Wie eingangs erwähnt, lassen sich virtuelle Phänomene unter sehr unterschiedlichen Gesichtspunkten betrachten. Dabei variieren nicht nur die wissenschaftlichen Perspektiven, sondern auch die innerhalb einer Disziplin herangezogenen Theorien. Welche sich als Grundlage einer Studie eignen, hängt vom jeweiligen Forschungsinteresse ab. Christian Stegbauer hat in seinem umfangreichen Werk „Grenzen virtueller Gemeinschaft“ die gängigen Theorien zu computervermittelter Kommunikation aufgelistet. Ihnen allen liegt eine Gemeinsamkeit zugrunde: *Implizit steckt in all diesen hier angeführten Thesen eine individualistische Handlungstheorie.* (Stegbauer, 2001, S.96)

In der vorliegenden Studie soll eruiert werden, wie sich die überdurchschnittlich hohe Zahl an NutzerInnen einer thematisch offenen Online-Community binnen einer Region, erklären lässt. Da Nutzungsmotivationen von Person zu Person variieren, wird sich diese Frage nicht monokausal klären lassen. *„Konkret ist also vorstellbar, dass sich verschiedene Menschen aus ganz unterschiedlichen Gründen ein und demselben Medium bzw. Medieninhalt zuwenden und ganz unterschiedliche Gratifikationen durch ihre Zuwendung erhalten.“* (Burkhart, 2002, S.222) Während der/die Eine die Plattform vorwiegend aus Langeweile nutzt, tut dies ein/e Andere/r möglicherweise nur, um sich über regionale Veranstaltungen zu informieren. (Vgl. UserInnen-Interviews, 2007)

Deshalb sollen die theoretischen Überlegungen bereits bei der Medienwahl-Entscheidung der Einzelnen ansetzen. Diese ist zwar durch ein soziales Netzwerk beeinflusst, ist aber letztlich doch als individuelle Handlung zu begreifen. *„Die Teilnahmemotivation jedes Akteurs lässt sich aus seinen individuellen Bedürfnissen ableiten.“* (Stegbauer, 2001, S.99)

Auch Horst Niesyto, der sich mit der Mediennutzung Jugendlicher im ländlichen Raum auseinandergesetzt hat, rät in diesem Kontext zu einer subjektorientierten Forschung, *„(...) weil sie von den vorhandenen Wahrnehmungs- und Aneignungsweisen Jugendlicher ausgeht (...)“* (Niesyto, 1991, S.24)

3.1 Theorien zur Medienwahl

Will man in diesem Sinne erklären, warum eine Person ein bestimmtes Medium nutzt, so muss man die Medienwahl als eine aktive Selektionsleistung begreifen.

„Jeder menschliche Akt gleich, ob kollektiv oder individuell, definiert sich als eine Wahl: eine Öffnung zum Möglichen, eine Option zwischen mehreren Möglichkeiten.“

(Lefebvre, 1987, S.451; zitiert in: Niesyto, 1991, S. 49)

„Dass schon die Anwesenheit von Medien für die davon Betroffenen etwas mit konkreter Tätigkeit zu tun hat, scheint soziologisch kaum umstritten.“

(Thiermann, 2007, S.39)

Vor allem die zunehmende Vervielfältigung und Ausdifferenzierung der medialen Angebotspalette, zwingt den Einzelnen/ die Einzelne, aus einer Angebotsflut entsprechend der persönlichen Bedürfnisse und Interessen zu wählen. (Vgl. Baacke, 2003, S.69)

Die bekannte Sozialwissenschaftlerin Nicola Döring unterteilt in ihrem Buch „Sozialpsychologie des Internets“ die gängigen Theorien zur computervermittelten Kommunikation (Cvc-Theorien; computer-mediated communication) in drei Blöcke: (1) „Theorien zur Medienwahl“; (2) „Theorien zu Medienmerkmalen“ und (3) „Theorien zum medialen Kommunikationsverhalten“ (Döring, 2003, S.128ff) Der erste Block ist im Sinne des Forschungsinteresses von Relevanz, wobei aber nicht ausgeklammert werden darf, dass auch Eigenschaften eines Mediums (2) und das mediale Kommunikationsverhalten der NutzerInnen (3) die Medienwahl (1) beeinflussen.

Die Theorien der Medienwahl unterscheidet sie weiters in (Vgl. Döring, 2003, S.131):

1. *Rationale Theorien der Medienwahl:* Dieser Ansatz ist individuumszentriert und besagt, dass Entscheidungen aufgrund persönlicher Nutzenabwägungen erfolgen.
2. *Normative Theorien der Medienwahl:* Entsprechend dieser Theorie unterliegen sowohl die Medienwahl, wie auch die Art und Weise der Nutzung in Gruppen und Organisationen sozialer Normierung und Strukturierung. Auch dieser Ansatz ist

individuumszentriert, da er „den sozialen Kontext nur als Determinante des individuellen Medienverhaltens einführt.“ (Döring, 2003, S. 146) Auf den Untersuchungsgegenstand bezogen bedeutet dies, dass sich eine Person deswegen für die Plattform entscheidet, weil es der Freundeskreis „verlangt“.

3. *Interpersonale Theorien der Medienwahl:* Dieses Modell bezieht sich hauptsächlich auf Dyaden und besagt, dass sich die Medienwahl ausschließlich auf das direkte Gegenüber bezieht. Um erfolgreich kommunizieren zu können, müssen sich die AkteurInnen zunächst ihre Medienpräferenzen aushandeln. Es wäre beispielsweise sinnlos, jemandem eine E-Mail zu schreiben, der diese nie abrufen. Im Gegensatz zur normativen Theorie wird die Medienwahl hier rein relational erklärt.

Weshalb Epos4 als Kommunikationsmedium gewählt wird, lässt sich zum Teil über normative Einflüsse erklären. In den UserInnen-Interviews gaben alle Befragten an durch Freunde von der Plattform erfahren zu haben. (Vgl. UserInnen-Interviews, 2007, S.1) Interagiert der Freundeskreis bereits auf dieser Webseite, registriert man sich ebenfalls, um am Kommunikationsgeschehen teil zu haben.

Wird die Plattform aber aus Langeweile genutzt so reicht das normative Erklärungsmodell nicht aus. Deshalb soll als Grundlage weiterer Überlegungen die Theorie der rationalen Medienwahl dienen, die Entscheidungen anhand persönlicher Nutzenabwägungen erklärt. Diese können freilich auch normativ beeinflusst werden.

3.2 Die rationale Medienwahl

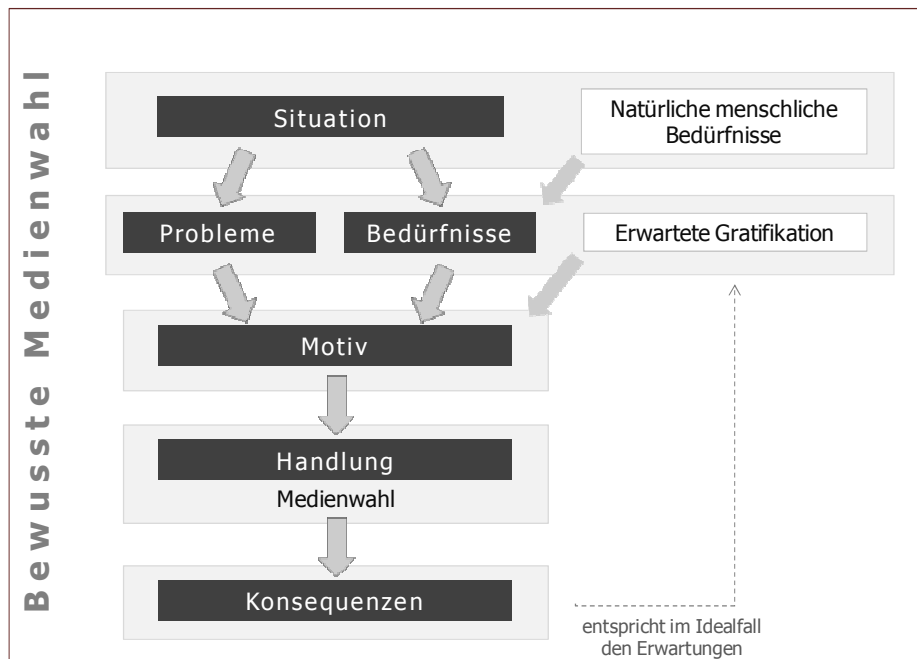


Abbildung 14: Prozess der rationalen Medienwahl

Diese selbst erstellte Grafik veranschaulicht den Prozess der rationalen Medienwahl und soll in Folge Schritt für Schritt erklärt werden.

3.2.1 Die soziale Situation

Obwohl die Studie individualistisch ausgerichtet ist, wird der/die Einzelne aus einer mediensoziologischen Perspektive dennoch als ein Subjekt begriffen, das in einem spezifischen sozialen Kontext eingebettet ist, durch den es beeinflusst wird. (Vgl. Ziemann, 2006, S.86f) „Es besteht eine feste Verbindung zwischen der Situation eines Handelnden und seinem Handeln.“ (Wilson, 1973, S.56; zitiert in: Renckstorf, 1977, S.56) Ausgegangen wir also von einem/r aktiven Mediennutzer/in, der/die „(...) je nach Identitätsphase und soziokultureller Prägung das Passende selbstständig selegiert (...).“ (Vgl. Ziemann, 2006, S.88) Seine/Ihre Interessen und Bedürfnisse entspringen seinen/ihren spezifischen Lebensumständen.

Da diese sehr komplex sind und nicht in ihrer Gesamtheit erfasst werden können, soll die Konzentration auf relevante Teilaspekte gelegt werden. Die Einbeziehung des sozialen Kontexts soll sich deshalb auf die besonderen Lebensbedingungen im ländlichen

Raum und die Spezifika der Lebensphase Jugend beschränken. Diese beiden Aspekte induzieren unterschiedliche Probleme (Vgl. Kapitel 3.2.2) und Bedürfnisse (Vgl. Kapitel 3.2.3), die medial kompensiert werden können. In diesem Sinne lassen sie sich als potentielle Einflussfaktoren auf die Wahl einer regionalen Internet-Community begreifen und analysieren.

Ein Beispiel soll die Ausführungen konkretisieren: Besonders Jugendliche haben ein zentrales Bedürfnis nach Kontakt mit Gleichaltrigen. Der ländliche Raum weist allerdings einen Mangel an Jugendräumen auf. Eine Kombination dieser beiden Aspekte stellt eine problembehaftete Ausgangssituation dar. Das Zusammentreffen im virtuellen Raum kann als mediale Kompensation begriffen werden.

3.2.2 Das Problem

Der Begriff „Problem“ darf im Kontext der Theorie nicht ausschließlich in seiner äußerst negativ behafteten Alltagsbedeutung verstanden werden. Vielmehr werden damit physische Spannungszustände beschrieben, die aus der sozialen Situation einerseits und den persönlichen Charaktereigenschaften des Akteurs/der Akteurin andererseits resultieren. (Vgl. Rosengren, 1974, S.274f) Werner Fröhlich beschreibt das „Problem“ als eine *„unbefriedigend eingeschätzte Lage“* (Fröhlich, 2000, S.303). In Dorsch psychologisches Wörterbuch wird es als *„Zustand des Mangels, das Fehlen von etwas, dessen Behebung verlangt wird“* definiert. (Dorsch/ Häcker/ Stapf, 1994, S.91)

Medien können auf unterschiedliche Art und Weise dabei helfen, Spannungszuständen entgegenzuwirken und etwaige Mängel auszugleichen. Sie können sowohl als Zusatz (*„supplement“*), Ergänzung (*„complement“*) oder Ersatz (*„substitut“*) verwendet werden. (Vgl. Rosengren und Windahl, 1972, S.172).

3.2.3 Das Bedürfnis

Die Zielgerichtetheit der Medienwahl resultiert aus der Bedürfnislage. (Vgl. Burkart, 2002, S.223) Abraham Maslow erstellte eine Hierarchie der konstanten menschlichen Grundbedürfnisse (Vgl. Maslow, 1954):

1. physiologische Bedürfnisse
2. Sicherheitsbedürfnisse
3. Bedürfnis nach Zugehörigkeit und Liebe
4. Bedürfnis nach Achtung und Schätzung
5. Bedürfnis nach Selbstverwirklichung

Karl Erik Rosengren verweist darauf, dass unser Verhalten bzw. Handeln neben konstanten auch von individuell variierenden Bedürfnissen, die aus spezifischen Lebensumständen der Einzelnen resultieren, beeinflusst werden. (Rosengren, 1974, S.272)

Elihu Katz, Michael Gurevitch und Hadassah Haas analysierten in den frühen 70er Jahren die Freizeitgewohnheiten in Israel. In der als „Israel-Studie“ bekannten Untersuchung wurden die Motive der Mediennutzung erhoben. Sie unterschieden hierzu zwischen folgenden Bedürfnissen: (Vgl. Katz/ Gurevitch/ Haas, 1973, S.164ff):

- *Kognitive Bedürfnisse*: Wissen, Information & Informationsverarbeitung
- *Affektive Bedürfnisse*: Emotion, Gefühle & Wohlbefinden
- *Allgemeine persönliche Bedürfnisse*: Stabilität & Status
- *Sozial integrative Bedürfnisse*: Interaktion mit Familie und Freunden
- *Spannungslösende Bedürfnisse*: Ablenkung, Eskapismus und Zerstreuung

Diethelm Damm hat die zentralen Bedürfnisse von *Jugendlichen* formuliert. (Damm, 1980, S.16) Dazu zählen:

- Soziale Anerkennung, Erfahrung in der Gruppe
- Erlebnis und Anregung entgegen Langeweile
- Selbstbestimmung
- Sicherheit und Solidarität
- Erkenntnis und Orientierung – bezogen auf sich selbst und auf die Gesellschaft
- Befriedigende Partnerbeziehung und Sexualität
- Psychisches und physisches Wohlbefinden: einerseits Erholung und Entspannung; andererseits Ausleben motorischer Überaktivität

Der Begriff des „Bedürfnisses“ wird häufig, aber fälschlicherweise, mit dem des „Motivs“ gleichgesetzt. Bevor geklärt wird, worin der Unterschied besteht, muss zunächst eine weitere Komponente des Medienwahlprozesses näher beleuchtet werden, nämlich das „Erkennen potentieller Problemlösungen“.

3.2.4 Erkennen potentieller Problemlösungen

„Medienwahlen, bei den es darum geht im Sinne einer Gratifikationssuche gezielt aktuelle Bedürfnisse nach Information, Unterhaltung oder sozialer Interaktion zu befriedigen, erfolgen nach einem rationalen Kosten-Nutzen-Kalkül.“

(Döring, 2003, S.131)

Da der Mensch sowohl mit Problemen konfrontiert ist als auch bestimmte Bedürfnisse hat, sucht er nach Mitteln und Wegen, um Mängel auszugleichen bzw. Bedürfnisse zu befriedigen. Werner Fröhlich bezeichnet diese Suche als *„instrumentelle Phase“*. (Fröhlich, 2000, S.303) Diese lässt sich in Anlehnung an sozialpsychologische Modelle, die das Entstehen von Verhaltensabsichten modellieren, erklären. Dabei wären die „Theory of Reasoned Action“ bzw. deren Weiterentwicklung die „Theory of Planned Behavior“ von Fishbein & Ajzen zu erwähnen. (Vgl. Döring, 2003, S.136; Herkner, 2001, S.215ff)

Eine genaue Ausführung dieser Modelle würde im Rahmen der Arbeit zu weit in die psychologische Theorie führen. Ein nennenswerter Aspekt ist allerdings, dass im Prozess der Abwägung möglicher Verhaltensweisen Erwartungen, die wir an Handlungen (im konkreten Fall: Nutzung der Plattform „Epos4“) bzw. Einstellungsobjekte haben, eine wichtige Rolle spielen. Wir bewerten dabei sowohl mögliche Resultate einer Handlung als auch die Wahrscheinlichkeit, dass diese eintreten (z.B.: Wie wahrscheinlich ist es, auf „Epos4“ neue Freunde kennen zu lernen?).

Die Theorie darf allerdings nicht so verstanden werden, dass im Alltag jede Situation ausgiebig analysiert und sämtliche Wahrscheinlichkeiten mathematisch errechnet werden. Es ist nahe liegend, dass es sich dabei um eine äußerst unrealistische Vorstellung handelt. Vielmehr erfolgen derartige Prozesse sehr rasch und häufig routiniert. In der Regel wird auch nur eine geringe Anzahl an Handlungsalternativen bewertet. Die Erwähnung sozialpsychologischer Modelle soll hier nur aufzeigen, dass

Medienwahlen aufgrund kognitiver Prozesse erfolgen, die sich psychologisch näher erklären lassen.

In dieser *instrumentellen Phase* des Erkennens und Bewertens potentieller Problemlösungen spielen auch die den Medien anhaftenden Merkmale eine Rolle. Jedes Medium weist – im Vergleich zu anderen Medien bzw. generell zu anderen Verhaltensalternativen – spezifische Charakteristika auf, die für die Bewertung relevant sein können.

Computer vermittelte Kommunikation lässt sich anhand von sechs zentralen Eigenschaften beschreiben. Sie ist... (Vgl. Gräf, 1997, S. 101f)

1. *nicht ortsgebunden (aspatial)*: Kommunikation kann im Cyberspace unabhängig von räumlichen Erwägungen stattfinden. Besonders in ländlichen Regionen kann dieses Kriterium eine Medienwahl begünstigen. Dort gestaltet es sich nämlich oftmals gerade für junge BewohnerInnen schwierig, realräumliche Distanzen zu überbrücken, wie in Kapitel 6.3.1. noch beschrieben wird.
2. *asynchron*: Der Großteil virtueller Kommunikation verläuft mit zeitlichen Abständen (z.B. E-Mail). Ein/e GesprächspartnerIn hinterlässt eine Nachricht. Das Gegenüber kann zu einem späteren Zeitpunkt antworten. Dadurch vereint das Internet „die Vorteile von Briefpost (*sichere Erreichbarkeit*) und Telefon (*Schnelligkeit*)“. Bei gleichzeitiger „Anwesenheit“ im virtuellen Raum kann aber, wie bereits erläutert wurde, „beinahe synchron“ kommuniziert werden. Diese zeitliche Flexibilität kann mit ausschlaggebend sein für die Wahl virtueller Kommunikationsmöglichkeiten.
3. *entkörperlicht (acorporal)*: Da keine Face-to-Face Begegnung stattfindet, sind die InteraktionspartnerInnen füreinander unkörperlich. Das kann der Eine als störend empfinden, weil leibesgebundene Expressionsmöglichkeiten fehlen und es somit leichter zu Ambiguität der Botschaften kommt. Andere wiederum schätzen die Möglichkeit, sich hinter ihrer virtuellen Identität zu „verstecken“ und dem „Gegenüber“ nicht von Angesicht zu Angesicht begegnen zu müssen. Jugendliche sehen darin vor allem einen Vorteil, wenn es um die Annäherung an das andere Geschlecht geht.

4. *auf Texteingabe beschränkt (limited bandwidth)*: Dieses Kriterium ist in seiner Gültigkeit nicht mehr ganz aktuell. Via Internet lassen sich nämlich heute auch audiovisuelle Inhalte übertragen. Auf der Plattform „Epos4“ sind die Ausdrucksmöglichkeiten aber nach wie vor auf die Schriftsprache (Texteingabe) beschränkt. Der Nachteil, der sich daraus ergibt, ist die bereits angesprochene Interpretationsschwierigkeit von Inhalten (Mehrdeutigkeit). Auch der zeitliche Aufwand des Eintippens von Botschaften ist größer, als jener bei einer mündlichen Vermittlung.
5. *nicht stigmatisiert (astigmatic)*: Im virtuellen Raum kann der Status des Gegenübers nicht aufgrund von Äußerlichkeiten, wie z.B. Geschlecht oder Kleidung, bestimmt werden. Zur Beurteilung des Gesprächspartners/der Gesprächspartnerin muss der Inhalt der Kommunikation herangezogen werden. Dieses Kriterium begünstigt im Kontext des Untersuchungsgegenstandes eher selten die Medienwahl, da via „Epos4“ größtenteils Personen miteinander interagieren, die sich auch im physischen Raum begegnen. (Vgl. auch Stegbauer, 2001, S.95)
6. *anonym*: In vielen „Treffpunktstrukturen“ des Internets treffen aber einander anonyme Personen und können auf äußerst leichte, ungezwungene und weniger unangenehme Weise als im Realraum, Kontakt zueinander aufnehmen. Im Spezialfall der regionalen virtuellen Gemeinschaft kennen viele UserInnen einander bereits. Da aber doch immerhin 29.000 junge Menschen auf der Plattform agieren, kann auch zu fremden Personen aus der Region Kontakt aufgenommen werden. Lernt man sich im Netz besser kennen, sind Face-to-face Begegnungen nicht ausgeschlossen. Via „Epos4“ können also auch realräumliche Netzwerke erweitert werden, da die Kontaktaufnahme im Internet leichter fällt.

Nicola Döring führt in ihrem Werk „Sozialpsychologie des Internet“ Eigenschaften an, die die Wahl eines spezifischen *Kommunikationsmediums* beeinflussen können. (Vgl. Döring, 2003, S.131ff) In einigen dieser Punkte weisen virtuelle Communities klare Vorteile auf. Ein Beispiel für ein Kriterium wäre etwa die „*Parallelität*“. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage: „*Auf wie vielen Kanälen können wie viele Personen gleichzeitig*

kommunizieren?" (Döring, 2003, S.136) Kaum ein anderes Medium²⁶, als das Internet, bietet überhaupt die Möglichkeit, dass mehrere bzw. viele Personen zeitgleich interagieren können. Auf der Plattform „Epos4“ können sogar mehrere tausend Menschen parallel auf unterschiedlichen Wegen kommunizieren.

Ein anderes Kriterium das Nicola Döring einführt ist die „*soziale Präsenz*". Dabei wird gefragt, inwiefern ein bestimmtes Medium persönliche Nähe und Lebendigkeit während der Interaktion zulässt? „*(...) je persönlicher, wärmer und geselliger der Kontakt empfunden wird (...)*", umso höher ist die soziale Präsenz. (Döring, 2003, S.132) Die Theorie der „technischen Nähe“ von Korzenny besagt, dass auch bei technisch vermittelter Interaktion Nähe empfunden werden kann. Die Vertrautheit mit dem jeweiligen Medium spielt dabei eine wesentliche Rolle. (Vgl. Strobl, 2005, S.23) So können vor allem Jugendliche, die mit modernen Verbreitungstechnologien aufgewachsen sind, virtuelle Kommunikation durchaus als lebendig empfinden, obwohl diese eigentlich aufgrund des Fehlens nonverbaler Ausdrucksmöglichkeiten eingeschränkt ist. (Vgl. Vollbrecht, 2002, S.54)

In vielen anderen der genannten Bewertungskriterien, schneidet das Internet aber objektiv gesehen schlechter ab, als etwa das Telefon. Ein Beispiel hierfür wäre die „*Geschwindigkeit des Feedbacks*". Sollen Inhalte wirklich rasch vermittelt werden, bietet sich die mündliche Verständigung viel eher an.

Da sich also in unterschiedlichen Zusammenhängen jeweils andere Medien eignen, muss wiederum der soziale Kontext berücksichtigt werden (Vgl. Katz/ Blumler/ Gurevitch, 1974, S.25), was zum Ausgangspunkt der Überlegungen zurückführt. (Vgl. Kapitel 3.2.1 „Die soziale Situation“) Auch Nicola Döring verweist darauf, dass die Eignung von Kommunikationsdiensten (= „*media appropriateness*“; Döring, 2003, S.131) immer in Relation zu den Anforderungen der jeweiligen NutzerInnen zu setzen ist. (Vgl. Döring, 2003, S.137)

Jugendliche schätzen beispielsweise die Möglichkeit, unverbindlich zu kommunizieren. Für Freundeskreise und Cliquen kann die „*Parallelität*“ ein ausschlaggebendes Kriterium sein. Ein ganz anderer Punkt, der bei Teenagern eine wichtige Rolle spielt, sind die mit

²⁶ Die Rede ist hier von einem technischen Medienbegriff.

der Mediennutzung verbundenen Kosten. Besonders SchülerInnen verfügen meist über wenig Geld. Während viele ihre Handyrechnung selbst bezahlen müssen, wird der heute übliche Pauschalpreis eines Internetanschlusses in der Regel von den Eltern übernommen.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Medienwahl von Erwartungen hinsichtlich erhaltener Gratifikationen beeinflusst wird. An der Entstehung dieser Erwartungshaltungen sind die Eigenschaften der unterschiedlichen Medien nicht unbeteiligt.

3.2.5 Das Motiv

Der Begriff „Motiv“ birgt einige terminologische Schwierigkeiten in sich. Dieser wird häufig mit Problemen, Bedürfnissen oder Zielen verwechselt. Auch Rosengren verweist darauf, dass es schwierig ist, empirisch zwischen diesen Begrifflichkeiten zu unterscheiden, betont aber zugleich die Wichtigkeit einer Trennung. (Vgl. Rosengren, 1974, S.276f)

Der Unterschied ist darin festzumachen, dass Bedürfnisse noch einen ungerichteten Spannungszustand darstellen. Das Motiv entsteht erst in Verbindung mit erkannten Handlungsoptionen bzw. potentiellen Problemlösungen. (Vgl. Rosengren, 1974, S.276f)
Eine Definition aus dem „*Wörterbuch Psychologie*“, sowie ein Zitat von Gerhard Maletzke sollen dies weiter verdeutlichen:

„Motiv (motive). Allgemeine Bezeichnung für mehr oder minder bewusste und komplexe Beweggründe des menschlichen Verhaltens, die sich in gedanklichen Vorwegnahmen eines angestrebten Zielzustandes bzw. Veränderungserwartungen in Bezug auf bestimmte Situationen äußern.“

(Fröhlich, 2000, S.303)

„Treffen diese sich subjektiv als Bedürfnis äußernden Impulse auf Objekte, die sich für eine Realisierung der Antriebe und damit für eine Befriedigung der Bedürfnisse eignen, so entsteht ein >Motiv<. Motive kommen also zustande, wenn Antriebe und Ziel zusammentreffen.“

(Maletzke, 1978, S.133)

Was in dem Zitat von Gerhard Maletzke als „Objekt“ bezeichnet wird, wäre im konkreten Fall „Epos4“. Erkennt man darin eine geeignet erscheinende Möglichkeit, spezifischen Bedürfnissen gerecht zu werden, entwickelt sich in Folge das Handlungs-leitende Motiv, die Plattform zu nutzen. Prägnant lässt sich das Motiv also als den „(...)leitenden, antreibenden, seelischen Hinter- und Bestimmungsgrund (...)“ einer Handlung beschreiben. (Dorsch, Häcker, Stapf, 1994, S.490)

Ein Motiv muss nicht notgedrungen zu einer Handlung führen. Intervenierende Variablen (z.B. Zeitmangel) können diese verhindern. Dennoch ist stets das Motiv Grundlage der Handlung, im konkreten Fall der Medienwahl.

3.2.6 Die Handlung und ihre Konsequenzen

An dieser Stelle soll zunächst nochmals das bisher Beschriebene anhand zweier Zitate resümiert werden:

„(a) ein Bedürfnis meldet sich (...) bzw. eine als unbefriedigend eingeschätzte Lage drängt nach Bewältigung (...), (b) Verhaltensschritte zur Bedürfnisbefriedigung werden eingeleitet (...) bzw. man sucht nach Mitteln und Wegen, die (...) geeignet sind, die Lage zu verbessern; (c) Das Ziel ist erreicht bzw. die Situation ist durch Handeln oder Umdenken in befriedigender Weise gemeistert, so dass das Bedürfnis befriedigt ist.

(Fröhlich, 2000, S.303)

„(1) the social and psychological origins of (2) needs, which generate (3) expectations of (4) the mass media or other sources, which lead to (5) differential patterns of media exposure (or engagement in other activities), resulting in (6) need gratifications and (7) other consequences, perhaps mostly unintended ones.“

(Katz/ Blumler/ Gurevitch, 1974, S. 20)

Eine durch ein Motiv angetriebene Handlung muss also nicht gezwungenermaßen zu den gewünschten und erwarteten Gratifikationen führen, da falsche Mittel und Wege gewählt werden können. Das Ziel wird nur dann erreicht, wenn ein hervorgerufener Spannungszustand gelöst wird bzw. Bedürfnisse befriedigt werden. (Vgl. Dorsch/ Häcker/ Stapf, 1994, S.412) Idealtypisch sollte die intentional gesetzte Handlung dazu führen, dass erwartete Gratifikationen tatsächlich erhalten werden. Zusätzlich können im

Zuge jeder Mediennutzung Gratifikationen erhalten werden, die nicht angestrebt wurden. (Vgl. Ziemann, 2006, S.91)

3.3 Der Uses and Gratifications Approach (UGA)

Was im vorangegangenen Kapitel allgemein behandelt wurde, soll nun durch das Heranziehen des in der Medientheorie etablierten Uses and Gratifications Ansatz, konkretisiert werden.

„Da das Internet mit seinen unterschiedlichen Diensten und Anwendungen eine multifunktionale Kommunikations-Infrastruktur darstellt, die sowohl Individual- als auch Gruppen- und Uni- sowie Massenkommunikation erlaubt, bietet es sich an, zur Erklärung von internetbezogenen Medienwahlen >Nutzenkategorien< aus der Massen- und Individualmedienforschung (speziell der Gratifikationsforschung) zu übernehmen. Der Uses-and-Gratifications-Ansatz (Nutzenansatz) opponiert gegen die Vorstellung, dass Massenmedien mit ihren Inhalten gemäß einem monokausalen Reiz-Reaktionsmechanismus auf die Rezipienten „einwirken“ (...) und akzentuiert demgegenüber den Umstand, dass Menschen Medien ganz bewusst und souverän in bestimmter Weise auswählen und gebrauchen, um dabei ihre Bedürfnisse zu befriedigen.“

(Döring, 2003, S.138)

3.3.1 Entwicklung und Prinzipien des UGA

In den vom Wirkungsansatz dominierten 40er und 50er Jahren wurden die ersten empirischen Gratifikationsstudien durchgeführt. Es handelte sich dabei aber eher um Ausnahmeseinungen, die meist Fehlansätze aufwiesen. Einhergehend mit der in der Sozialwissenschaft wieder aktuell werdenden Handlungstheorie in den 70er Jahren, gewann der Uses and Gratifications – Ansatz an Bedeutung.

„Erst in den frühen 70er Jahren begann sich auch im deutschsprachigen Raum die bislang vorherrschende „medienzentrierte“ Betrachtungsweise in der Massenkommunikationsforschung allmählich in die „publikums- oder rezipientenorientierte“ Perspektive zu wandeln.“

(Burkart, 2002, S.220)

Zu dieser Zeit begann man, die Motive der Mediennutzung besser messbar zu machen. Man versuchte, die mit dem Medienkonsum assoziierten Gratifikationen auf systematische Formulierungen der sozialen und psychischen Bedürfnisse zurückzuführen. (Vgl. Katz/ Blumler/ Gurevitch, 1974, S.13f)

Mit der Zeit entwickelten sich die zentralen Leitsätze und Grundprinzipien des UGA. So formte man etwa die bekannte Lasswell-Formel „what do the media do to people“ um in „what do people do with media“. Menschen werden demnach nicht mehr als „Opfer“ des medialen Nivellements gesehen, sondern als autonom und aktiv Handelnde begriffen, die Medien als Quelle zur Befriedigung bestimmter Bedürfnisse nutzen.

Die Hauptprämissen des Uses and Gratifications Approach lauten kurz gefasst:

1. *Der/Die MediennutzerIn ist aktiv.* „Aktiv“ bedeutet in diesem Zusammenhang „intentional“, da die Aktivitäten der Mediennutzung auf die Erreichung bestimmter Ziele ausgerichtet sind. (Vgl. Elliot, 1974, S.254) Auch „zufällige“ geschehende Mediennutzung ist von mehr oder minder deutlichen Erwartungen hinsichtlich der Gratifikationen geprägt. (Vgl. Katz/ Blumler / Gurevitch, 1974, S.21f) Der/die MediennutzerIn ist sich seiner/ihrer selbst bewusst und in der Lage, seine/ihre Interessen und Motive zu nennen.
2. *Der persönliche Nutzen ist vordergründig.* Werturteile über die kulturelle Bedeutung der Massenkommunikation bleiben aus. Diese sind für die Medienwahl irrelevant. Entschieden wird nur nach dem individuellen Nutzen. (Vgl. Katz/ Blumler / Gurevitch, 1974, S.21f)
3. *Medien stellen dabei aber nur eine von mehreren Möglichkeiten der Bedürfnisbefriedigung dar.* Sie stehen in ständiger „Konkurrenz“ mit anderen Formen der Bedürfnisbefriedigung. (Vgl. Katz/ Blumler / Gurevitch, 1974, S.21f;

Burkart, 2002, S.223; Ziemann, 2006, S.90f) „Medien bieten zum Beispiel dann Nutzen bzw. „Gratifikationen“ (d.h. „Belohnungen“), wenn nichtmediale Quellen blockiert sind.“ (Luger, 1985, S.12)

3.4 Der Nutzenansatz

Der Begriff „Nutzenansatz“ wird in der Literatur häufig mit dem des Uses and Gratifications Approach gleichgesetzt bzw. als dessen Übersetzung in den deutschen Sprachgebrauch verstanden. Tatsächlich handelt es sich beim Nutzenansatz aber um eine Weiterentwicklung des UGA im deutschen Sprachraum während der 70er Jahre. Als Begründer sind vor allem Will Teichert und Karsten Renckstorf zu nennen. (Vgl. Charlton / Neumann-Braun, 1992, S.47f)

Im Nutzenansatz werden zwei theoretische Konzepte miteinander verbunden. Zum Einen knüpft dieser an der Vorstellung des Uses and Gratifications Approach an, dass der Mensch Medien aktiv als Gratifikationsinstanzen nutzt. Zum Anderen wurde dieses Konzept durch die Einbettung handlungstheoretischer Konzepte aus der Soziologie weiter entwickelt.

Unter der Annahme, dass auch Mediennutzung einen Teil unseres Alltagshandelns darstellt, kann sie auch als *soziales Handeln* verstanden werden. Die handlungstheoretische Sichtweise der Medienzuwendung basiert dabei im Speziellen auf dem Konzept des „Symbolischen Interaktionismus“. Dieses soll deshalb in einem kurzen Exkurs prägnant erläutert werden.

Als Begründer des Symbolischen Interaktionismus gilt George Herbert Mead. Die Grundannahme der Theorie besteht darin, dass wir nicht nur in einer natürlichen, sondern auch in einer symbolischen Umwelt leben. Das heißt, „Dinge“²⁷ besitzen für uns eine gewisse Bedeutung, auf deren Grundlage wir diesen gegenüber handeln. Den „Dingen“ haftet aber nicht per se eine fixe Bedeutung an. Wir generieren diese laufend durch die Interaktion mit unseren Mitmenschen selbst. Wenn wir gegenüber bestimmten „Dingen“ handeln, benutzen und verändern wir die Bedeutung in einem interpretativen

²⁷ „Dinge“ ist in der Theorie des Symbolischen Interaktionismus ein allumfassender Begriff für Personen, Gegenstände, Zustände, Ereignisse usw.

Prozess. (Vgl. Giddens, 1999, S.611ff; Burkart, 2002, S.54 ff) *„Der Symbolische Interaktionismus misst dem aktiven Individuum mehr Bedeutung bei, als die anderen theoretischen Ansätze.“* (Giddens, 1999, S.611)

Legt man dieses Konzept nun auf die Mediennutzung und den vorliegenden Untersuchungsgegenstand um – um zum Kern zurück zu kommen – bedeutet dies, dass wir auch Medien gegenüber auf Grundlage der Bedeutung, die diese für uns besitzen, handeln. Diese Bedeutung ist dabei das Ergebnis *„manigfaltiger Definitions- und Interpretationsprozesse“*. (Vgl. Burkart, 2002, S.224)

„Der Nutzenansatz geht also davon aus, dass die Medien mit ihren Inhalten lediglich Gegenstände, Handlungen oder Ereignisse anbieten, die der Handelnde zu Objekten seiner Umwelt machen wird – oder nicht.“

(Renckstorf, 1977, S.30)

Das heißt, Individuen selektieren aus den angebotenen Wahrnehmungsobjekten und interpretieren diese basierend auf ihrem Vorwissen, also ihren Erfahrungen. Aus diesem Prozess resultiert die Motivbildung, die die Grundlage der Medienwahl darstellt. (Vgl. Charlton / Neumann-Braun, 1992, S.48)

An dieser Stelle kommt man zurück zu den allgemeinen theoretischen Überlegungen zur rationalen Medienwahl, die in Kapitel 3.2. angestellt wurden. Wie dort diskutiert wurde, resultieren unsere Bedürfnisse aus der sozialen Situation, in der wir uns befinden. Der Nutzenansatz besagt, dass auch die Bedeutung, die wir „Dingen“ (so auch medialen Angeboten) durch subjektive Interpretationsleistungen zumessen, abhängig ist vom raum-zeitlichen Kontext, in dem sich der/die Einzelne befindet. Die soziale Situation beeinflusst also auch unsere Bedeutungszuschreibungen, die ebenfalls Handlungsgrundlagen sind.

Durch die Einbeziehung interpretativer Handlungskonzepte, ermöglicht der Nutzenansatz so die Erhebung subjektiver Einschätzungen von Handlungen und Lebensumständen des Rezipienten/ der Rezipientin. (Vgl. Renckstorf, 1977, S.41)

„Nutzungsstudien fragen nach der Bedeutung, die den Medien und ihren Inhalten im Kontext eines jeweils individuellen Lebensvollzugs zugewiesen wird, sie untersuchen die Qualität der konkreten Interpretationsprozesse, die vor dem Hintergrund der Interessen, Bedürfnisse und Verwendungszusammenhänge der Rezipienten ablaufen.“

(Burkart, 2002, S.227)

Aus diesem Grund eignet sich der Nutzenansatz als Ausgangskonzept der vorliegenden Studie, in der sowohl der räumliche (Leben im ländlichen Raum) als auch zeitliche (Lebensphase Jugend) Kontext mit einbezogen werden soll.

3.5 Gratifikationsforschung

Gemäß der Frage *„what do people do with media?“* wird in Gratifikationsstudien nach dem „Nutzen“ gefragt, den einzelne Personen (im Kontext ihrer individuellen Lebensumstände) aus ihrer Medienzuwendung ziehen. Im Gegensatz zur zuvor dominierenden Wirkungsforschung werden nicht durch Medien bewirkte Verhaltens- und Einstellungsänderungen erhoben, sondern *„erwünschte bzw. erhaltene Gratifikationen stehen im Mittelpunkt des Forschungsinteresses.“* (Burkart, 2002, S.226)

Neben der Frage nach den Gratifikationen steht, im Sinne des Nutzenansatzes, auch die Frage nach *„Faktoren im persönlichen Lebensvollzug“* im Vordergrund. (Burkart, 2002, S.227) Dadurch lassen sich individuelle Gebrauchsweisen und somit auch Unterschiede im Mediennutzungsverhalten erklären. Neben dem „Wozu?“ Kann somit auch die Frage des „Warum?“ beantwortet werden.

Zur empirischen Klärung dieser Fragen wird in der Regel mittels Klassifikationen von Mediennutzungsmotiven gearbeitet. Derartige Typologien müssen sich aber nicht unbegründet Kritik gefallen lassen. Philip Elliot bezeichnet diese beispielsweise als *„mentalistisch, individualistisch und empiristisch.“* (Elliot, 1974, S.252)

Tatsächlich ist es schwierig, komplexe Bedürfnis- und Motivlagen in vorgefasste Kategorien zu „pressen“. Es handelt sich dabei um eine Problematik, mit der sich die quantitativ arbeitende Sozialforschung generell konfrontiert sieht. Ohne vorgefertigte Erhebungskategorien ließen sich aber wiederum nur wenige Einzelfälle erfassen. Angesichts der Komplexität und Vielfalt der NutzerInnen (-interessen) wären so

wiederum Rückschlüsse auf eine Gesamtheit unzulässig. (Vgl. McQuail, 2000, S.393)
Auch der renommierte Kommunikationswissenschaftler Roland Burkart spricht sich deshalb für die Verwendung von Typologien aus:

„Begreift man sie dagegen (lediglich) als Orientierungsrahmen zur Klassifikation von Zielen bzw. Motivationen konkret ablaufender menschlicher Handlungen, so gelangt man auf ihrer Grundlage zu einem (mehr oder weniger) verallgemeinerbaren >Bedarfskatalog< menschlichen Handelns, die eine theoriegeleitete und damit auch der Realität angemessenere Einschätzung des Rezeptionsverhaltens erlaubt.“

(Burkart, 2002, S.231)

Nicht zuletzt deshalb, weil sich Bedürfnisse und Motive meist überhaupt nur in allgemeinen Kategorien formulieren lassen, werden diese in der Gratifikationsforschung (wie auch in der vorliegenden Studie) verwendet. Dabei hat sich allerdings nicht *ein bestimmter* „Bedarfskatalog“ durchgesetzt, sondern es werden je nach Forschungsschwerpunkt sehr unterschiedliche Typologien erstellt.

Roland Burkart etwa unterscheidet in Anlehnung an McQuail/Blumler/Brown (1972) wie McQuail (1983) folgende Kategorien: (Vgl. Burkart, 2002, S.228f)

- *Ablenkung und Zeitvertreib*: Man nutzt Medien, um Langeweile zu bekämpfen oder den Problemen des Alltags zu entkommen (Eskapismus).
- *Persönliche Beziehungen*: Im Zusammenhang mit der Nutzung nicht interaktiver Massenmedien stehen hier vor allem die „parasozialen Beziehungen“ im Zentrum des Interesses. Im Kontext der interaktiven Plattform „Epos4“, wo Realpersonen miteinander in Kontakt treten, ist dieses Phänomen nicht von Relevanz. Allerdings ist die Tatsache von Interesse, dass durch die Mediennutzung, fehlende Sozialkontakte kompensiert werden können. Hierin kann natürlich ein Nutzungsgrund einer Internetplattform zu suchen sein.
- Medien können auch insofern eine „*soziale Nützlichkeit*“ haben, als dass sie gemeinsam mit anderen genutzt werden können oder als Gesprächsgrundlage für Anschlusskommunikation dienen.
- *Persönliche Identität*: Die Annahme lautet, dass Medien dabei helfen können, mehr über sich selbst zu erfahren und so die Identitätsentwicklung unterstützen. Diese Überlegung ist wiederum in erster Linie auf nicht interaktive Medien

bezogen. Es wird angenommen, dass eine „Identifikation“ oder ein Vergleich mit dargebotenen Akteuren oder Handlungen, der eigenen Persönlichkeitsentwicklung dienen kann. Die Identitätsfunktion des Internets besteht in der Möglichkeit des Experimentierens mit „neuen“ oder „anderen“ Identitäten, worauf später näher eingegangen werden soll (Vgl. Kapitel 5.1.1)

- *Kontrolle der Umwelt: „Menschen versuchen schließlich aber auch mit Hilfe der Medien, Informationen über ihre Umwelt zu erhalten. Dieser Gratifikationstyp bezieht sich also auf den Wunsch, mehr über die nähere Umgebung, aber auch die >weite Welt< zu erfahren.“* (Burkart, 2002, S.229) Dieser Aspekt ist im Kontext einer regional genutzten Plattform insofern von Interesse, weil Informationen über die regionale Umgebung eingeholt werden können.

Bradley Greenberg führte 1974 eine Gratifikationsstudie zum TV-Konsum 9 bis 12jähriger Kinder in England durch. Er differenzierte dabei folgende Kategorien: (Vgl. Greenberg, 1974, S. 71ff):

- Relaxation (Erholungsfunktion; Unterhaltungsfunktion)
- Companionship (Gemeinschaft; sozial-integrative Funktion)
- Learning about Things (Bildungsfunktion)
- Habit (aus Gewohnheit)
- To Pass Time (aus Langeweile; Unterhaltungsfunktion)
- Learning about Myself (Identitätsfunktion)
- Arousal (zur Aktivierung; Unterhaltungsfunktion)
- Forgetting (Eskapismusfunktion)

Die bislang genannten Unterscheidungen stammen aus älteren Studien, die sich auf die Nutzung nicht interaktiver Massenmedien beziehen. Im Großen und Ganzen lassen sich die Kategorien aber auf die Internetnutzung übertragen. Allerdings muss der Katalog in diesem Zusammenhang, laut Nicola Döring um die Gratifikationen von Individualmedien und netzspezifische Gratifikationen erweitert werden. Sie unterscheidet deshalb folgendermaßen: (Vgl. Döring, 2003, S.138f)

1. Gratifikationen der Massenmedien-Rezeption (z.B. TV)
 - Information
 - Unterhaltung
 - Soziale Identität
2. Gratifikationen der Individualmedien (z.B. Telefon)
 - Instrumentalität (funktionale, aufgabenbezogene Kontakte)
 - Soziabilität (sozio-emotionale Kontakte)
3. Netzspezifische Gratifikationen
 - Transaktionen (z.B. Tauschbörsen)
 - Neue Bekanntschaften knüpfen
 - Artikulation vor einer großen Öffentlichkeit

In Anlehnung an bislang durchgeführte Nutzenanalysen einer Internetzuwendung, traf Christian Stegbauer eine gröber gefasste Unterscheidung in drei zentrale Motivkategorien, die eingangs bereits herangezogen wurden, nämlich **Soziale Interaktion, Information und Unterhaltung**. (Vgl Stegbauer, 2001, S.96) Eine ähnliche Differenzierung in nur drei Kategorien wird auch in der jährlich publizierten JIM-Studie vorgenommen. Hier wird zwischen **Information, Spielen und Kommunikation** unterschieden. (Vgl. z.B. MPFS, 2006, S.41)

Bislang durchgeführte Nutzenanalysen konzentrierten sich – angesichts der Komplexität des Internets erstaunlicherweise – eher selten auf einen differentiellen Nutzen. (Vgl. Döring, 2003, S.140) In der vorliegenden Arbeit soll aber mit einem sowohl dem Gegenstand, als auch der speziellen Zielgruppe angepassten Gratifikationskatalog unter Einbeziehung des spezifisch räumlichen Kontext gearbeitet werden. Die bislang angeführten Unterscheidungen sollen dabei nur als Orientierungsrahmen für adäquate Unterscheidungen dienen. Dies erscheint insofern sinnvoll, da sich keines dieser Modelle auf ein ähnliches Phänomen, wie den hier behandelten Untersuchungsgegenstand, bezieht.

Jene Kategorien, die im Kontext Relevanz besitzen, sollen in Kapitel 5.1 „Funktionen der Medien für Jugendliche“ näher erörtert werden. In Kapitel 7 soll dargestellt werden, inwiefern diese Gratifikationen im Kontext ländlicher Lebensumstände bedeutsam werden.

4 Jugend

Da virtuelle Plattformen, im Besonderen auch „Epos4“, vorwiegend von Jugendlichen genutzt werden, erscheint es unablässig, sich dieser Altersgruppe näher zuzuwenden. Jugendliche befinden sich in einem spezifischen Entwicklungsstadium, das sich sowohl von dem des Kindes, als auch dem des völlig autonomen Erwachsenen unterscheidet. Die Besonderheiten dieser Lebensphase müssen im Rahmen der Studie als zentraler Einflussfaktor auf die Mediennutzung begriffen werden.

4.1 Was bedeutet „Jugend“?

Am Beginn der Überlegungen stellt sich die Frage, was „Jugend“ eigentlich ist? Es handelt sich bei diesem Begriff um eine Alltagssprachliche Kategorie, die sich nur schwer definieren lässt. Insbesondere deshalb, weil jedes Zeitalter und jede Gesellschaft ein eigenes Verständnis davon hat, was „Jugend“ ist. (Vgl. Giddens, 1999, S.39ff)

Unterschiedliche Definitionsversuche weichen meist voneinander ab. Einige sind sich die Autoren lediglich darin, dass es sich um einen Lebensabschnitt handelt, der zwischen der Kindheit und dem Erwachsenenalter liegt. Dementsprechend allgemein werden oftmals die Begriffsbestimmungen gehalten, wie z.B. jene Ausführung von Wilfried Ferchhoff zeigt:

„Mit dem Begriff der Jugend werden in der Regel die Heranwachsenden (adolescents) gekennzeichnet, die nicht mehr Kind und noch nicht vollends mündig – selbstständige Erwachsene sind. Die Jugendphase wird von daher durch die mehr oder minder scharf umgrenzte oder bewusste Auswahl einer Mehrzahl von menschlichen Subjekten, die einer bestimmten demographischen ‘Klasse’ von Alterjahren angehören, charakterisiert.“

(Ferchhoff, 1993, S.54)

Derartige Definitionsversuche mögen zwar ihre Richtigkeit haben, sind aber wenig aussagekräftig. Andere Autoren raten deshalb, sich dem Begriff der „Jugend“ nicht allgemeintheoretisch, sondern aus verschiedenen Perspektiven zu nähern. Da sich das Individuum in diesem Lebensabschnitt sowohl körperlich entwickelt, geistig reift, als

auch eine neue Rolle in der Gesellschaft einnimmt, rät Johannes Schilling zu einer Unterscheidung in (Schilling, 1977, S.21):

- das biologische Jugendalter
- das psychologische Jugendalter
- das soziologische Jugendalter
- und das rechtliche Jugendalter

Diese Einteilung soll für weitere Annäherungen an den Begriff der „Jugend“ herangezogen werden:

a. Das biologische Jugendalter (die Pubertät)

Biologisch gesehen beginnt die Pubertät und somit die Jugend mit dem Einsetzen der Geschlechtsreife. Diese ist vor allem durch markante Wachstumsschübe und die Bildung sekundärer Geschlechtsmerkmale gekennzeichnet. Da die Pubertät von Person zu Person unterschiedlich früh bzw. spät beginnt und endet, lässt sich Jugend aus Sicht der Biologie nicht anhand konkreter Altersgrenzen definieren.

Sie wird vornehmlich über physische Entwicklungsprozesse beschrieben. Die körperlichen Veränderungen haben aber auch direkte, wie indirekte Auswirkungen auf den psychischen Zustand der Betroffenen. Direkte Zusammenhänge äußern sich in Form von Emotionen, indirekte durch die Wahrnehmung der Veränderungen des eigenen Körpers sowie die Reaktion anderer darauf. (Vgl. Oerter / Montada, 1987, S.247f)

b. Das psychologische Jugendalter (die Adoleszenz)

Die psychische Bewältigung der Geschlechtsreife, wie die Entwicklung einer Persönlichkeit wird als „Adoleszenz“ bezeichnet. Diese dauert in der Regel länger als die unmittelbare Pubertät. (Vgl. Baacke, 2003, S.99)

„Man spricht daher von Adoleszenz, indem man nicht nur das Ereignis der Pubertät meint, sondern eine lang gestreckte Phase einer Altersgruppe, die umgangssprachlich unter dem Terminus ‚Jugendliche‘ zusammengefasst wird.“

(Baacke, 2003, S.41)

Der Beginn der Adoleszenz lässt sich etwa mit dem Einsetzen der Geschlechtsreife gleich setzen. Deren Ende kann aber auch aus psychologischer Sicht nicht genau (schon gar nicht anhand bestimmter Altersgrenzen) bestimmt werden. Es ist nur schwer feststellbar, wann eine eigenständige Persönlichkeit vollends entwickelt ist. Fest steht, dass der Prozess der Adoleszenz in unserer Gesellschaft zunehmend länger dauert, worauf in Kapitel 4.1.1 näher eingegangen wird.

c. Das soziologische Jugendalter

Die Stadien des menschlichen Lebenslaufs sind sowohl sozialer als auch biologischer Natur. Sie werden von kulturellen Unterschieden und den materiellen Umständen beeinflusst, unter denen Leute in bestimmten Typen von Gesellschaft leben.

(Giddens, 1999, S.39)

Nicht in allen Gesellschaftstypen wird das Jugendalter so ausgelegt, wie wir es kennen, bzw. diesem überhaupt der Status einer eigenständigen Lebensphase zugestanden. Wann eine Person als erwachsen gilt, obliegt im starken Maß gesellschaftlichen Gegebenheiten, Einflüssen und Auslegungen. Während in traditionellen bzw. armen Gesellschaften, der Eintritt ins Erwachsenenalter durch eine Eheschließung in jungen Jahren oder eine frühe Teilnahme am Erwerbsleben besiegelt wurde/wird, dehnt sich die Jugendphase in unserer Gesellschaft zunehmend.

Wir begreifen sie als jenen Lebensabschnitt, in dem Personen nicht mehr als Kind gelten, ihnen aber zugleich auch nicht der Status, die Rollen und Funktionen eines mündigen Erwachsenen zuerkannt werden. Die Jugendphase gilt aus soziologischer Sicht erst dann als beendet, wenn Autonomie in allen Lebensbereichen erlangt wurde. Dazu zählen etwa das Ende der Schulpflicht, die (räumliche) Loslösung vom Elternhaus, und das Erreichen wirtschaftlicher Autonomie.

Auch aus dieser Perspektive lässt sich „Jugend“ nicht anhand konkreter Altersgrenzen erfassen, da Autonomie (auch binnen einer Gesellschaft) zu sehr unterschiedlichen Zeitpunkten erreicht wird. Eine allgemein gültige Annäherung stammt von Dieter Baacke. Er begreift das Jugendalter als *die* zentrale Phase der Integration des Individuums in seine jeweilige Gesellschaft. (Vgl. Baacke, 2003, S. 48ff)

d. Das rechtliche Jugendalter

Kann aus keiner der bisher eingeführten Perspektiven Jugend anhand konkreter Altersgrenzen bestimmt werden, ist dies juristisch möglich. Rechtlich gesehen beginnt das Jugendalter in Österreich mit dem Einsetzen der Strafmündigkeit (14. Lebensjahr). Besonderheiten in der Strafgesetzgebung gibt es bis zum 19. Lebensjahr. (Vgl. Österreich Lexikon „aeiou“, 2008) Im „Jugendschutzgesetz Neu“, das seit 2002 in Kraft ist, werden Jugendliche folgendermaßen definiert:

„§ 3. Im Sinne dieses Gesetzes sind 1. Junge Menschen: Personen, die das 18. Lebensjahr noch nicht vollendet haben. Verheiratete, Zivildienstler und Angehörige des Bundesheeres gelten mit Ausnahme des § 11 Abs. 2 nicht als junge Menschen im Sinne dieses Gesetzes, auch wenn sie noch nicht das 18. Lebensjahr vollendet haben.“

(Jugendschutzgesetz Neu, 2002)

Die unterschiedlichen Annäherungsversuche an den Begriff der „Jugend“ verdeutlichen, dass es keine klare und einheitliche Definition geben kann, da diese einerseits verschiedenen gesellschaftlichen Einflüssen und Auslegungen obliegt und andererseits (Reifungs-) Prozesse, anhand derer sich die Jugendphase erklären lässt, individuell verschieden verlaufen. Einig ist man sich aber zumeist darin, dass der Beginn mit dem Einsetzen der Geschlechtsreife (zirka zwischen dem 11. und 14. Lebensjahr) gleichzusetzen ist.

Fest steht auch, dass die Jugend eine turbulente Phase ist, in dem das Individuum sowohl körperlich, als auch geistig reift und sich emotional, sozial und ökonomisch vom Elternhaus ablöst, um eine eigenständige Persönlichkeit zu entwickeln.

„Die Erarbeitung einer Identität ist vornehmliches Thema der Adoleszenz (...), weil die sich vollziehenden biologischen, psychologischen und kognitiven Reifungs- und Veränderungsprozesse zum Einem das Ende der Kindheit besiegeln und zum Anderem durch diese Veränderungen neue Selbstpräsentationen erforderlich werden.“

(Misoch, 2007, S.163)

Noch schwieriger als den Beginn der Jugend festzumachen, ist es deren Ende zu bestimmen. Zur Feststellung können unterschiedliche Kriterien herangezogen werden, wie etwa der Eintritt ins Erwerbsleben, der Auszug aus dem Elternhaus oder die Gründung einer eigenen Familie (Heirat oder Geburt eines eigenen Kindes). Bei keinem dieser Punkte ist allerdings garantiert, dass die geistige Entwicklung zu einer eigenständigen erwachsenen Persönlichkeit abgeschlossen ist.

Generell ist zu beobachten, dass die „Jugend“ in unserer Gesellschaft zunehmend länger dauert. (Vgl. Barthelmes/Sander, 2001, S.24ff; Luger, 1985, S.19; Niesyto, 1991, S.65; Giddens, 1999, S.42) Da auch ein beträchtlicher Teil der NutzerInnen von „Epos4“ älter als 18 Jahre ist, soll im folgenden Abschnitt eine Beschäftigung mit der Dehnung der Jugendphase, der so genannten „Postadoleszenz“ stattfinden.

4.1.1 Die Postadoleszenz

Die Postadoleszenz, auch als „nachschulische Lebensphase“ bezeichnet, ist eine Phase, die an die engere Jugend anknüpft. Sie ist gekennzeichnet durch jugendliche Lebensmuster, soziokulturelle Selbstständigkeit, späte Familiengründung und ökonomische Abhängigkeit. (Vgl. Niesyto, 1991, S.65; Barthelmes/ Sander, 2001, S.26; Vollbrecht, 2002, S.48; Bonfadelli, 1986, S.1-20)

„Nicht nur Jugendliche, auch junge Erwachsene wohnen noch zu einem erstaunlich hohen Prozentsatz bei einem oder beiden Elternteilen. Insbesondere bei den jungen Männern ist zuhause bei den Eltern wohnen populär. 6 von 10 jungen Männern im Alter zwischen 20 und 24 Jahren leben eigenen Angaben zufolge nach wie vor bei einem oder beiden Elternteilen und genießen dennoch alle Privilegien der postadoleszenten Selbständigkeit“

(Bundesministerium/Teil A, 2003, S.3f)

Personen, die sich in diesem Entwicklungsstadium befinden, werden auch als „junge Erwachsene“ oder in Anknüpfung an das Modewort „Teens“ als „Twens“ bezeichnet. (Vgl. Giddens, 1999, S. 42; Vollbrecht, 2002, S.48)

Die Ausweitung der Jugendphase lässt sich über die sozioökonomischen Veränderungen der letzten Jahrzehnte, unter anderem den explosionsartigen Ausbau des

Bildungswesens erklären. Jugendzeit ist heute vor allem zur Schul- und Ausbildungszeit geworden. (Vgl. Barthelmes/ Sander, 2001, S. 25; Hurrelmann, 1995, S.287)

Aus dem zweiten Bericht zur Lage der Jugend in Österreich ging hervor, dass sich der Prozentsatz der 15-24jährigen, die noch in Ausbildung sind, seit den Sechzigerjahren in einem steten Wachstum befindet. Lag die Zahl 1960 noch bei 28%, erreichte sie Anfang der Neunziger bereits über 50%. (Vgl. Bundesministerium für soziale Sicherheit Generationen und Konsumentenschutz, 1993) Durch diese Dehnung der Ausbildungszeit verlängert sich der Entfaltungsspielraum zur Selbstfindung und somit auch jene Lebensphase, die wir umgangssprachlich als „Jugend“ bezeichnen. (Vgl. Hurrelmann, 1995, S.287)

Neben einer veränderten Ausbildungsdauer sind auch andere Entwicklungen zu beobachten, die eine Streckung der Jugendphase begünstigen. Dazu zählt die weitgehende Steigerung des materiellen Lebensstandards in unserer Gesellschaft, wie die dadurch gewonnene Vergrößerung des Freiheitsspielraums. Ebenfalls können Individualisierungsprozesse als ursächlich begriffen werden, durch die der Wunsch nach Selbstverwirklichung und Lebensgenuss an Bedeutung gewinnt. Diese Tendenzen ermöglichen bzw. bedingen einen späteren Einstieg ins Berufsleben und begünstigen damit längere Phasen jugendlichen Experimentierens. Die so genannten „Twens“ suchen dabei häufig nach Abenteuer, gern auch auf Reisen, und sammeln alternative Erfahrungen sexueller, religiöser und politischer Natur. (Vgl. Hurrelmann, 1995, S. 49 + S.173; Giddens, 1999, S.42) Auch individuelle Faktoren, wie Arbeitslosigkeit oder die Orientierung an „alternativen Szenen“, die sich als Gegenpol zu bürgerlichen Vorstellungen von Berufslaufbahn und Familie verstehen, können Grund für jugendliche Lebensmuster bei über 20jährigen sein.

Jugend ist in unserer Gesellschaft heute zusammenfassend also eine inhomogene Gruppe im Alter von etwa 12-29Jahren. (Vgl. Bonfadelli, 1986, S.1-20)

„Da die Adoleszenz bei einzelnen Jugendlichen unterschiedlich lange dauert, früher oder später beginnt, sind die Altersgrenzen für die Untersuchung nicht von großer Relevanz. Sie dienen lediglich als formaler Orientierungsrahmen.“

(Luger, 1985, S.19)

In Anlehnung an diese Überlegung von Kurt Luger zu einer von ihm durchgeführten Studie, soll Jugend auch in dieser Arbeit nicht über konkrete Altersgrenzen definiert werden. Diese sind im Kontext der Arbeit ohnehin gleichsam unbedeutender als zentrale Entwicklungsschritte, die in der Lebensphase „Jugend“ passieren. Relevant ist dabei vor allem der Identitätsfindungsprozess und die Bedeutung, die Gleichaltrigenkontakte darin einnehmen. (Vgl. z.B. Baacke, 2003, S. 48ff /181ff)

4.2 Gleichaltrigenkontakte im Jugendalter

Obwohl Jugendliche meist sowohl emotional, als auch auf interaktiver Ebene noch an ihre Herkunftsfamilie gebunden sind, richten sie ihre Gefühle und Handlungen immer stärker nach anderen Bezugspersonen aus. Vor allem Gleichaltrigenbeziehungen gewinnen an Bedeutung. (Vgl. Hurrelmann, 1995, S. 42; Bundesministerium/Teil A, 2003, S.2; Baacke, 2003, 48ff; Giddens, 1999, S.33ff; Zehenter, 2005, S.3) Diese haben in der Regel Gruppencharakter und können von „*spontan entstehenden Grüppchen bis zu festen sozialen Gefügen*“ reichen. (Vgl. Hurrelmann, 1995, S.152)

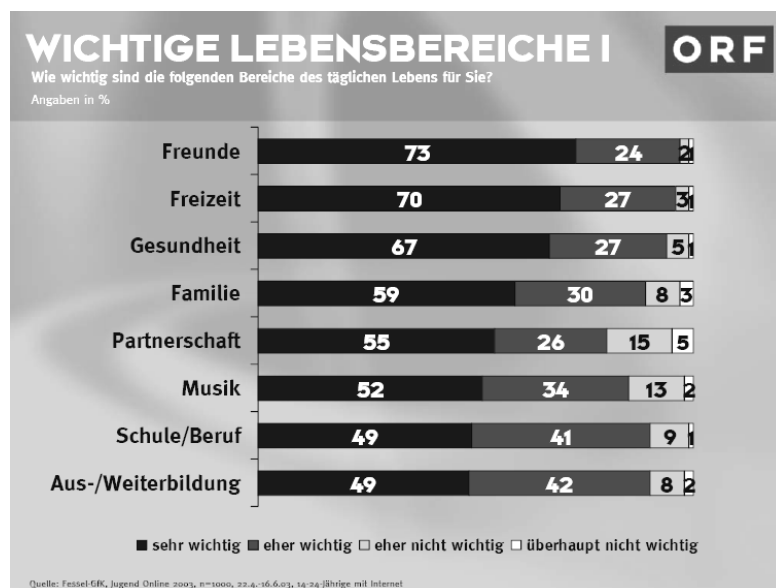


Abbildung 15: Bedeutung der FreundInnen für 14-24jährige

(Zehenter, 2005, S.3)

4.2.1 Die Peer Group

Die gängigste Form der Gleichaltrigenbeziehung ist die so genannte „Clique“, die auch als „peer group“ bezeichnet wird. Dieser Begriff lässt sich nur schwer ins Deutsche übertragen. Der Terminus bezeichnet sowohl Gruppen von Gleichaltrigen (nicht zwingend) bzw. Gleichgesinnten, als auch Freunde/Freundinnen oder größere Freundeskreise.

"Dahinter steht die aus der Jugendsoziologie bekannte Annahme, dass solche Gruppen Gleichaltriger als derjenige soziale Ort anzusehen ist, an dem genuin jugendliche Orientierungen innerhalb und in Auseinandersetzung mit der Gesellschaft zur Entfaltung und zur Artikulation gelangen."

(Höflich/Gebhardt/Steuber, 2003, S.274)

Die peer group ist eine informelle, intime Gruppe, die gekennzeichnet ist durch gemeinsame Interessen, persönliche Freundschaft, gleichen Geschmack, ähnliche Schichtzugehörigkeit und gegenseitige Zuneigung. (Vgl. Bundesministerium / Teil A, 2003, S.2)

„Alle sind ungefähr im gleichen Entwicklungsstand, (...) haben die gleichen Probleme und Zukunftsaussichten, so dass sie sich untereinander als zusammengehörig fühlen können (...)"

(Baacke, 2003, S.239f)

Diese Gruppierungen entstehen meist in der Schule, häufig auch in der Umgebung des Wohnsitzes oder in Vereinen und Clubs – eben an jenen Orten, an denen Gleichaltrige wie auch Gleichgesinnte zusammen treffen. (Vgl. Bundesministerium / Teil A, 2003, S.4)

Durch diese verbindenden Gemeinsamkeiten unterscheiden sich heutige Jugendgruppen deutlich von historischen Formen des Zusammenlebens. Jugendliche Gemeinschaftsformen sind heute nicht mehr zwingend bzw. an Institutionen gebunden, sondern eine freie Entscheidung der Einzelnen, basierend auf individuellen Interessen und persönlicher Zuneigung.

Nach Rolf Oerter und Leo Montada lässt sich die peer group auf 3 Ebenen abstrahieren: (Vgl. Oerter/ Montada, 1987, S.316f)

1. *Die große Gemeinschaft:* Aufgrund gleicher Interessen, Lebensstile und auch Werthaltungen entwickelt sich ein Gefühl der Gemeinschaft. Dadurch fühlen sich die Jugendlichen über ihr näheres Umfeld hinaus auch mit einer anonymen Großgruppe verbunden. Das kann sowohl eine jugendliche Subkultur, wie z.B. die Punkbewegung sein, aber auch die regionale Gemeinschaft.
2. *Die konkrete Gruppe:* Es handelt sich dabei einerseits um stabile Gruppen, die hierarchisch gegliedert sind und in denen einzelne Mitglieder bestimmte Rollen inne haben. Andererseits sind auch lose Gruppen mit relativ unverbindlicher Gruppenteilhabe als konkrete Gruppe zu verstehen. Diese entstehen aufgrund situationsspezifischer Bedürfnisse oder zu bestimmten Anlässen. Nach deren Befriedigung oder Beendigung zerfallen sie wieder. (Vgl. auch Hurrelmann, 1995, S.152ff) Aus dem 4. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich ging hervor, dass die Mehrheit der ÖsterreicherInnen im Alter von 14 bis 30 Jahre in einen festen (ca. 1/3) oder zumindest einen losen Freundeskreis (ca. 42%) integriert ist. Nur rund ein Viertel der Befragten ist in keine Clique eingebunden. Die Bekanntenkreise der Jugendlichen umfassen im Schnitt 50 bis 60 Personen. In der Postadoleszenz nimmt die Cliquenorientierung stet ab. Lose Freundeskreise werden favorisiert. (Bundesministerium / Teil A, 2003, S.2f)-
3. *Die Freundschaft:* Auch innerhalb einer Gruppe sind die Freundschaften der Mitglieder unterschiedlich stark. Spezifische Bindungserfahrungen werden gemacht, wenn die Freundin oder der Freund zu einer Person wird, „*der man sich anvertrauen kann und die ihrerseits akzeptiert wird, auch wenn sie Fehler hat oder ein Verhalten zeigt, dass dem Jugendlichen nicht gefällt.*“ (Oerter/ Montada, 1987, S.317) Echte Freundschaften gibt es in der Anfangsphase der Jugend zunächst nur gleichgeschlechtlicher Natur. Generell haben die Jugendlichen „*(...) im Durchschnitt 4 bis 5 sehr gute FreundInnen, denen sie vertrauen und auf die sie sich verlassen können (...).*“ (Bundesministerium/Teil A, 2003, S.2)

4.2.2 Bedeutung und Funktionen

Klaus Hurrelmann sieht in der Jugendzeit „*die lebensgeschichtlich erstmalige Chance, eine Identität zu entwickeln.*“ (Hurrelmann, 1995, S. 73) Unter diesem Begriff wird laut

psychologischem Wörterbuch „(...) [2] *eine auf relativer Konstanz von Einstellungen und Verhaltenszielen beruhende, relativ überdauernde Einheitlichkeit in der Betrachtung seiner selbst oder anderer*“ (Fröhlich, 2000, S.233) verstanden. Autoren sind sich darin einig, dass die Selbstwahrnehmung während der Adoleszenz entscheidenden Ereignissen unterworfen ist.

„Der Jugendliche hat (...) eine Stelle im Lebenszyklus erreicht, an der eigene Ich-Entwürfe, Ansprüche anderer Menschen und gesellschaftliche Ordnungsvorstellungen zusammenwachsen müssen. Die besondere Rollenproblematik der Jugendzeit besteht darin, dass die Verhaltensweisen noch nicht durch Alltagsroutine festgelegt sind, sondern sich erst definieren müssen.“

(Baacke, 2003, S.21)

Die Entwicklung einer Identität kann nur in Interaktion mit anderen geschehen. Soziologische Identitätsforschung wird deshalb in Anlehnung an Überlegungen von George Herbert Mead betrieben. Er erkannte, dass Selbstwahrnehmung und somit die Entwicklung einer eigenen Persönlichkeit, nicht isoliert, also ausschließlich selbstreflexiv („I“) geschehen kann, sondern angewiesen ist auf die Reaktionen anderer auf unser eigenes Verhalten. Dadurch sehen wir uns selbst („Me“) wie durch einen Spiegel („looking glass self“) und können eine Identität entwickeln. (Vgl. Pape/Karnowski/Wirth, 2007, S.21; Giddens, 1999, S.35f; Misoch, 2007, S.164; Hurrelmann, 1995, S.73)

Da die Reaktionen der sozialen Umwelt in diesem Prozess eine tragende Rolle spielen, sind gerade die Peers von zentraler Bedeutung, da sie von den (meisten) Jugendlichen als relevanter Sozialraum empfunden werden. Sie sind die Basis für erste Identitätserfahrungen außerhalb der Familie. (Vgl. Baacke, 2003, S.238ff; Misoch 2007, S.164; Ittel/Rosendahl, 2007, S.83)

„Gleichaltrigen-Gruppen sind ein entscheidender >sozialer Lernort< Jugendlicher. Hier setzen sich Jugendliche mit Selbst- und Fremdbildern auseinander, hier verlaufen entscheidende Prozesse jugendkultureller Stilbildung.“

(Niesyto, 1991, S.83)

„Identitätsarbeit“, wie Sabina Misoch den Prozess der Persönlichkeitsentwicklung bezeichnet, geschieht vor allem über das Ausprobieren verschiedener Rollen und

möglicher Identitätsentwürfe. (Vgl. Misoch, 2007, S.164) Da die Reaktionen anderer entscheidend sind, werden neue Verhaltensmuster am liebsten unter Gleichaltrigen erprobt, da man hier weniger mit Strafen oder negativen Sanktionen rechnen muss, wie es bei den Erwachsenen der Fall ist. (Vgl. Scheu, 1991, S.142)

Gleichaltrigen Kontakte sind für Jugendliche nicht nur wichtig, um verschiedene Identitäten zu erproben, sondern auch deshalb, weil sie in einer schwierigen Lebensphase Halt geben. Gleichgesinnte sind häufig mit denselben Problemen konfrontiert oder verstehen diese oftmals besser, als es die Eltern tun. Deshalb holen sich Jugendliche und junge Erwachsene Ratschläge für ihre alltäglichen Probleme vor allem bei Gleichaltrigen. (Vgl. Bundesministerium / Teil A, 2003, S.4)

Auch die Zeit, in der Jugendliche heute heranwachsen, ist keine Einfache. Die „Auflösung traditioneller Rollen, Entnormativierung, Wertewandel, Unübersichtlichkeit, Pluralismus und Individualismus“ (Krappman 1997, S.80, zitiert in: von Pape/ Karnowski/ Wirth, 2007, S.22) erschweren den Jugendlichen eine soziale und kulturelle Verortung. Um ihre Identität gewissermaßen stabilisieren zu können, ist es wichtig, dass die Referenzinstanzen halbwegs kohärent sind. Umso mehr suchen sie deshalb nach Sicherheit in einer geschlossenen Gruppe. (Vgl. Pape/ Karnowski/ Wirth, 2007, S.22; Luger, 1985, S.30; Niesyto, 1991, S.66 / 68)

Ein weiterer Grund warum, Freundschaften für die heutige Jugend immer mehr an Bedeutung gewinnen, ist darin fest zu machen, dass Familien immer weniger Kinder bekommen und somit weniger Geschwister da sind, um den Umgang mit Gleichaltrigen zu erlernen.

Was die Funktion und Bedeutung von Peer-Kontakten betrifft, lassen sich eindeutige geschlechtsspezifische Unterschiede fest machen. Für weibliche Jugendliche sind Freundschaften wichtiger als für männliche, ganz besonders im frühen Jugendalter. (Vgl. Funk, 1993, S.57)

„Viele entwicklungspsychologische Untersuchungen bestätigen, dass soziale Beziehungen und interpersonelle Nähe für Mädchen im frühen Jugendalter eine größere Bedeutung einnehmen, als für Jungen, was die intensivere Nutzung der Mädchen des Internets für soziale Kontakte erklären könnte.“

(Ittel /Rosendahl, 2007, S.188)

Auch im 4. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich zeigt sich, dass das wichtigste Lebensziel von Mädchen „gute FreundInnen zu haben“ ist. Für die Jungen ist dies nur das zweitwichtigste Lebensziel. (Vgl. Bundesministerium/ Teil A, 2003, S.2) Burschen nutzen Freundschaften, im Gegensatz zu Mädchen, die dadurch soziale Wertschätzung und Beliebtheit erfahren möchten, eher um „Action“ zu erleben und Autoritätskonflikte mit den Eltern zu bewältigen. (Vgl. Baacke, 2003, S.243)

Peerbeziehungen können den Jugendlichen also auf vielfältige Weise nützlich sein, sei es zur Bewältigung alltäglicher Probleme, als Unterstützung bei der Identitätsfindung, als Hilfe bei der notwendigen Ablösung vom Elternhaus oder zur Stärkung des Selbstbewusstseins. Zudem erlernen Jugendliche durch Gleichaltrigenkontakt Solidarität, soziale Regeln und Fähigkeiten des fairen Aushandelns von Normen. (Vgl. Fend, 1998, 233ff)

Was Positives bewirken kann, birgt auch Risiken in sich. Jugendliche können von ihren Peers emotional abhängig werden oder auch Antipathien gegenüber der Schule oder anderen Gleichaltrigen, die nicht derselben Gruppe angehören, entwickeln. (Vgl. Fend, 1998, 233ff) Außerdem findet nicht jede/r Jugendliche Anschluss zu Gleichaltrigen bzw. ist in eine Gruppe integriert. Eine derartige Isolierung gibt dem/der Jugendlichen ein Gefühl der Einsamkeit. Dies stellt oft eine enorme psychische Belastung dar und mindert das Selbstwertgefühl der Betroffenen. (Vgl. Fend, 1998, 233ff; Hurrelmann, 1995, S.52) Zudem haben diese Personen auch weniger Chancen, ihr Selbstbild zu verändern und können im Status der primären Sozialisation stecken bleiben.

Gerade jenen Jugendlichen, die nur schwer Zugang zu einer Peer group finden, bietet das Internet neue Möglichkeiten. Dort können sie mit virtuellen Identitäten einerseits neue Rollen und Ich-Entwürfe ausprobieren, ohne mit negativen Sanktionen rechnen zu müssen, andererseits haben sie die Möglichkeit, Bekanntschaften zu schließen. Im Fall einer regionalen Community können diese später auch über den virtuellen Raum hinausreichen.

Abschließend zu diesem Kapitel lässt sich festhalten, dass Peer-Beziehungen für die Jugendlichen heute, unabhängig davon ob diese sie positiv oder negativ beeinflussen, von immenser Bedeutung sind:

„... ist heute aber in der sozialhistorischen Forschung der Sachverhalt unbestritten, dass über die Einrichtung von Schulen, die Ausdehnung der Freizeit und Medienangebote (...) die Peers eine noch nie da gewesene Bedeutung als Lebens- und Erfahrungsräume gewonnen haben.“

(Fend, 1998, S.226)

4.3 Freizeit im Jugendalter

Da anzunehmen ist, dass die Plattform „Epos4“ hauptsächlich in der Freizeit genutzt wird²⁸, erscheint die Frage interessant, wie Jugendliche ihre freie Zeit gestalten. Aus dieser Betrachtung lässt sich etwa erkennen, welche alternativen Gratifikationsquellen zur Befriedigung spezifischer Freizeitbedürfnisse zur Verfügung stehen bzw. genutzt werden.

Zunächst soll hierzu die Begrifflichkeit „Freizeit“ geklärt werden. In Folge soll anhand empirischer Erkenntnisse aufgezeigt werden, wo und mit wem die Jugendlichen ihre freie Zeit verbringen und welchen konkreten Beschäftigungen sie dabei nachgehen.

4.3.1 Was bedeutet „Freizeit“?

Es gibt ebenso viele Versuche den Terminus „Freizeit“ zu definieren, wie Diskussionen über die Schwierigkeiten eine angemessene Klärung zu finden. Das Gemeinsame aller Bemühungen besteht in der Einigkeit darüber, dass es sich um jene Zeit des Tagesablaufes handelt, die übrig bleibt, wenn man die Zeiten, die für Schlafen, Essen, Körperpflege, Arbeit/Ausbildung, Wartezeiten und Hausarbeit aufgewandt werden, subtrahiert.

In diesem Zusammenhang wird unterschieden zwischen fremdbestimmter Zeit (Determinationszeit), zweckbestimmter Zeit (Obligationszeit) und selbst bestimmter Zeit (Dispositionszeit). Zur Determinationszeit zählen vor allem Arbeit und Ausbildung. Die Obligationszeit beinhaltet Aufwendungen für natürliche menschliche Bedürfnisse (Essen,

²⁸ Eine Nutzung während des Schulunterrichts (z.B. EDV-Stunden) oder der Arbeitszeit kann und soll nicht kategorisch ausgeschlossen werden.

Schlafen, Körperpflege), aber auch andere minder freiwillige Tätigkeiten, wie beispielsweise Behördengänge oder Arztbesuche. All jene Aktivitäten, die freiwillig und durch eigene Initiative verrichtet werden, geschehen in der Dispositionszeit. „*Stark verallgemeinert bedeutet Freizeit eine erst noch zu gestaltende Zeiteinheit (...)*“ (Opaschowski, 2006, S.26; Vgl. auch Hurrelmann, 1995, S.159; Böhm-Kasper, 2004, S.40)

Eines der Hauptprobleme bei der Begriffsbestimmung besteht darin, dass nicht jede Tätigkeit, der jemand vermeintlich freiwillig nachgeht, von der jeweiligen Person tatsächlich als Freizeitaktivität empfunden wird. Gerade seitens der Psychologie wird bemängelt, dass es nicht ausreicht, Freizeit über die Art der Tätigkeit festzumachen, da die psychologische Dimension der Selbsteinschätzung bzw. die wahrgenommene Freizeit ausgeklammert wird. (Vgl. Tokarski/Schmitz-Scherzer, 1985, S.59)

„Freizeit

- *wird von einem subjektiv empfunden,*
- *ist das Gefühl freie Zeit zu besitzen,*
- *ist das, was ein Individuum als Freizeit erlebt,*
- *ist eine Gemütsverfassung*
- *eine subjektive Wahrnehmung.*“

(Bundesministerium, 1999, S.3)

Eine Tätigkeit wird also umso eher im subjektiven Verständnis einer Person der Freizeit zugerechnet, umso weniger diese *„Züge von Notwendigkeit, Zwang und Verpflichtung trägt.“* (Opaschowski, 2006, S.26) Aus diesem Grund steht in der heutigen Zeit einer objektiven Verlängerung der Freizeit häufig das subjektive Gefühl entgegen, weniger Freizeit zu haben. (Vgl. Opaschowski, 2006, S.38)

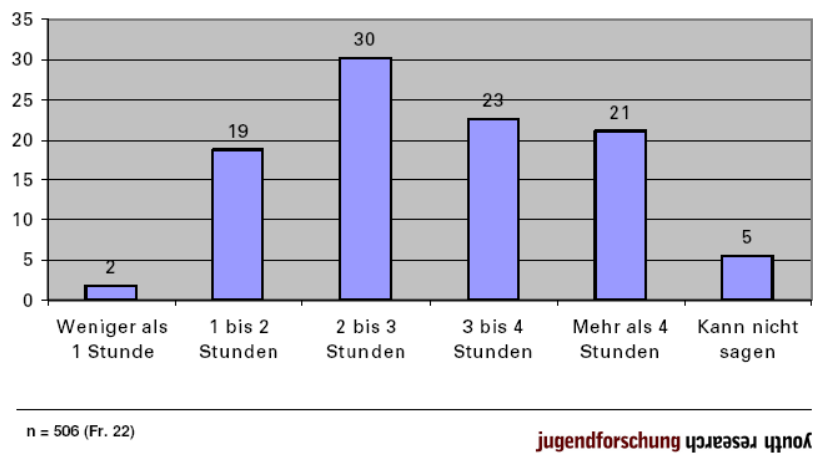


Abbildung 16: Freizeitausmaß Jugendlicher an Wochentagen

(ÖIJ, 2005, S.23)

Die Dispositionszeit beträgt laut Horst Opaschowski bei den Jugendlichen im Schnitt 3 bis 5 Stunden. (Vgl. Opaschowski, 2006) Laut der oben abgebildeten Grafik des Österreichischen Instituts für Jugendforschung, gaben 2005 allerdings mehr als die Hälfte der Jugendlichen an, nicht mehr als 2 bis 3 Stunden Freizeit an Wochentagen zu haben. (Vgl. ÖIJ, 2005, S.23) In diesem Ergebnis könnte sich die Auseinanderweichung objektiver und subjektiv empfundener Freizeit verdeutlichen. Andere Autoren weisen aber darauf hin, dass Jugendliche, vor allem SchülerInnen, tatsächlich über sehr wenig Freizeit verfügen.

„Es ist eine Tatsache, dass der durchschnittliche Zeitaufwand unserer Schüler die üblichen Arbeitszeiten der Erwachsenen übertrifft.“

(Krenn, 2001. S.39)

Dabei sei auch darauf verwiesen, dass mit aufsteigender Klasse das Ausmaß der Determinationszeit wächst. Schüler aus Oberstufen des Gymnasiums müssen täglich oftmals 10 oder mehr Stunden für die Schule aufwenden. (Vgl. Böhm-Kasper, 2004, S.80; Krenn, 2001, S.39) Boris Krenn verweist dabei auch auf die Zeiten, die für den täglichen Schulweg aufgewandt werden müssen.

Vor allem im ländlichen Raum verkürzt sich die ohnehin begrenzte Freizeit der Jugendlichen durch Zwang zum Pendeln oftmals noch weiter. (Vgl. Opaschowski, 2006, S.27) Der Transport mit regionalen Buslinien nimmt in vielen Fällen 2 Stunden des Tages

in Anspruch. In der Niederösterreichischen Jugendstudie (Vgl. Brunmayr, 1994) gaben deshalb 39% der Befragten an, mangelnde Freizeit als „sehr starke“ und 32% als „eher starke“ Belastung zu empfinden. Die wenige verbleibende Zeit wird dann oftmals als noch geringer eingeschätzt als sie tatsächlich ist, weil sie nicht in gewünschter Weise gestaltet werden kann. Bei ein bis zwei Stunden Dispositionszeit am Tag ist es nämlich zugleich schwierig, FreundInnen zu treffen, die weiter entfernt wohnen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Verständnis von Freizeit ein Positives ist. Sie steht heute als Synonym für Lebensqualität und Wohlbefinden im Kontrast zum meist stressreichen Arbeits- bzw. Ausbildungsalltag. Es wird also jenen Tätigkeiten nachgegangen, die man gerne macht und für die man sich selbst bewusst entscheidet. Das Freizeit-Ausmaß Jugendlicher (am Land) ist aber oftmals begrenzt.

4.3.2 Freizeit-Partner

Freizeit wird gerne mit Anderen geteilt. Sämtliche Studien seit den 50er Jahren haben gezeigt, dass kommunikativ-gesellschaftliche Aktivitäten an erster Stelle stehen. (Vgl. Vollbrecht, 2002, S.6; Opaschowski, 2006, S.35) Bei jüngeren Teenagern wird die freie Zeit noch häufig mit der Familie verbracht. Mit zunehmendem Alter gewinnen aber Gleichaltrigen-Kontakte immer mehr an Bedeutung. Somit wird auch die Freizeit später am liebsten mit den Peers verbracht, wie die nachfolgende Grafik verdeutlicht. (Vgl. Barthelmes/Sander, 2001, S.234; ÖIJ, 2005, S.25)

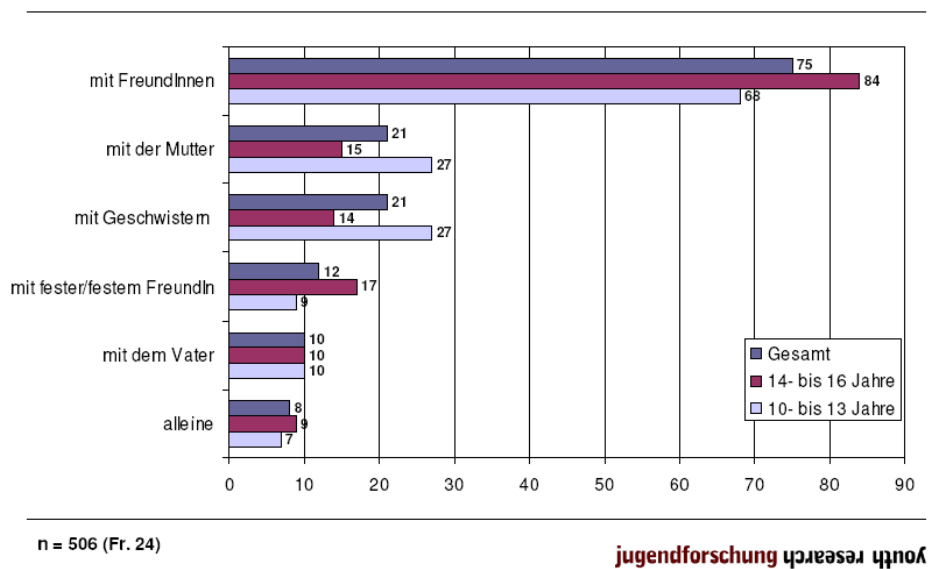


Abbildung 17: FreizeitpartnerInnen nach Alter

(ÖJ, 2005, S.25)

Eine Studie zum Freizeitverhalten Jugendlicher von Taube (1994) hat gezeigt, dass die freie Zeit vornehmlich in der festen Gruppe/Clique verbracht wird. Aber auch die beste Freundin bzw. der beste Freund sind bevorzugte PartnerInnen für gemeinsame Aktivitäten. Teenager, die in Beziehungen leben, verbringen ihre Zeit auch gerne mit dem Partner bzw. der Partnerin. (Vgl. Bundesministerium, 1999, S.12) Alleinlebende und Singles verbringen ihre Freizeit eher mit FreundInnen und gehen häufiger aus. (Vgl. Opaschowski, 2006, S.136)

Empirische Untersuchungen haben auch gezeigt, dass mit zunehmendem Alter und festen Partnerschaften der Freizeitbereich wieder in den familiären bzw. auch beruflichen Kontext rückt, wobei die Peer-group zugleich wieder an Bedeutung verliert. (Vgl. Bundesministerium, 1999, S.12)

Die Nutzergruppe der diskutierten Plattform ist aber eher eine Jüngere, die sich größtenteils noch in einem Ausbildungsstadium befindet. Sie wollen ihre freie Zeit mit ihrem Freundeskreis verbringen. Will man sich schnell einmal zwischen den Hausaufgaben treffen, ist das im ländlichen Raum oft nur via Internet möglich, da es mit einem wesentlich geringeren zeitlichen Aufwand verbunden ist, als eine Face-to-Face Begegnung.

4.3.3 Freizeit-Orte

Da sich Jugendliche in der Regel an der peer group orientieren, verbringen sie im Vergleich zu anderen Altersgruppen ihre Freizeit vorzugsweise außer Haus. Hurrelmann weist aber darauf hin, dass die Jugendlichen trotz zunehmender Außenorientierung den Großteil ihrer Freizeit zuhause verbringen. Einer der Gründe dafür ist das Bedürfnis nach Erholung. Auf außerhäusliche Aktivitäten wird verzichtet, da sie mit größerer physischer Anstrengung verbunden sind. (Vgl. Hurrelmann, 1995, S.168f; Opaschowski, 2006, S. 27)

Eine Untersuchung bei deutschen Jugendlichen kam zu dem Ergebnis, dass aber ein beträchtlicher Teil der Freizeit, die zuhause verbracht wird, gemeinsam mit Freunden stattfindet. (Vgl. Bundesministerium, 1999, S.15) Jugendliche treffen sich demnach häufig in privaten „Räumen“. Mag einerseits an mangelnden Treffpunktstrukturen, wie Zugangsbarrieren außer Haus liegen, zum anderen aber auch daran, dass die private Sphäre mehr Erholung und Gemütlichkeit verspricht.

Dornmayer und Nemeth erhoben im Rahmen der Oberösterreichischen Jugendstudie 1996, welche Orte für die Freizeitgestaltung bevorzugt werden. Befragt wurden 538 Jugendliche im Alter von 12 - 19 Jahren. Die Befragten wurden aufgefordert, „offen“ zu antworten. Es zeigte sich folgendes Ergebnis:

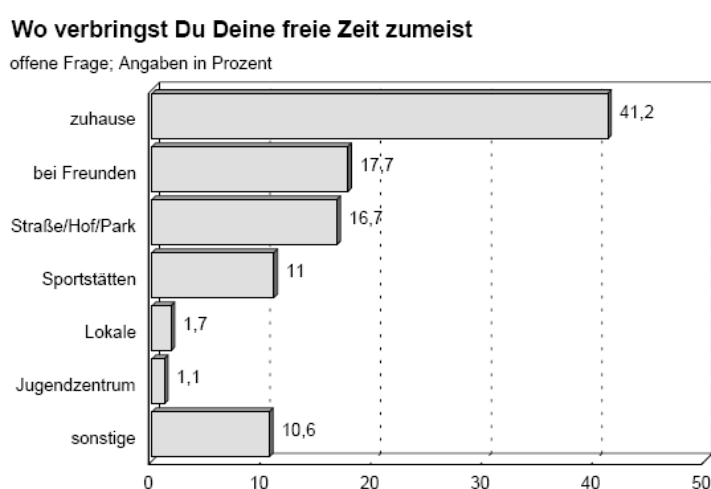


Abbildung 18: Freizeit-Orte Jugendlicher

(Bundesministerium, 1999, S.15)

Diese Grafik untermauert, dass mehr als 50% der freien Zeit in Privathäusern verbracht wird, 41,2% sogar im eigenen Zuhause. Interessant ist an diesem Ergebnis auch, dass öffentliche Plätze gegenüber einem Jugendzentrum bevorzugt werden. Jugendliche verbringen ihre Freizeit demnach am liebsten an informellen Orten, weniger jedoch in institutionalisierten Einrichtungen.

Das mag aber auch daran liegen, dass es an derartigen Einrichtungen im weitgehend ländlichen Gebiet (Oberösterreich) mangelt, oder diese aufgrund geringer Mobilitätsmöglichkeiten nicht erreicht werden können. Insofern ist es interessant eine Studie von Ursula Rosner und Birgit Ostermayer heranzuziehen, in der das Freizeithalten von Stadt- und Landjugendlichen verglichen wird. In dieser Untersuchung wurden 118 Personen im Alter von 13-14 Jahren befragt. Die Ergebnisse zur Frage, wo die Freizeit am liebsten verbracht wird, weisen signifikante bis hoch signifikante Zusammenhänge auf.

Ort	Land (männlich/weiblich)	Stadt (männlich/weiblich)
Zuhause *	74% (65/81)	54% (41/66)
Sportplatz**	47% (65/32)	20% (38/3)
Parks**	26% (31/23)	70% (69/72)
Einkaufszentrum**	14% (8/19)	51% (31/69)
Vereine*	28% (46/13)	<10% (17/3)

Tabelle 3: Freizeit-Orte Jugendlicher im Vergleich Stadt/Land

(Rosner/Ostermayer, 2003, S.99ff)

Aus dieser Darstellung geht klar hervor, dass die freie Zeit im ländlichen Raum häufiger zuhause verbracht wird, was auf mangelnde Mobilitätsmöglichkeiten und Angebotsstrukturen zurückzuführen ist. (Vgl. Kapitel 6.3.1) Dies zeigt unter anderem auch die Tatsache, dass Teenager am Land wesentlich seltener in Einkaufszentren anzutreffen sind, was schlichtweg daran liegt, dass es dort kaum welche gibt.

Jugendliche aus der Stadt hingegen verbringen laut dem Ergebnis ihre freie Zeit am liebsten im Park. Dort können sie sich ungezwungen und ohne erwachsener Beaufsichtigung mit ihren Freunden treffen. Am Land ist eine Zusammenkunft von Cliquen aufgrund räumlicher Distanzen vielfach schwieriger. Wohnt man nicht im gleichen Ort, kann man sich nicht eben mal im Grünen treffen.

Auf fällt auch, dass Landjugendliche häufiger in institutionalisierten Freizeiteinrichtungen anzutreffen sind. Dazu zählen Sportstätten und Vereine. Das liegt vermutlich daran, dass derartige Einrichtungen meist im Wohnort oder der näheren Umgebung vorhanden sind. Während es im ländlichen Raum an typischen „Jugendtreffs“ mangelt, gibt es meist schon in den kleinsten Gemeinden Vereine, wie Feuerwehr, Fußball- oder Musikverein.

Betrachtet man die geschlechtsspezifischen Unterschiede fällt auf, dass sowohl im ländlichen als auch im urbanen Raum Mädchen häufiger zuhause anzufinden sind, während sich die männlichen Jugendlichen mehr an Sportangeboten und Vereinen beteiligen. Dies könnte einerseits bedeuten, dass Mädchen weniger aktiv sind, ist aber wohl eher darauf zurückzuführen, dass sich gerade jene im Alter zwischen 13 und 14 Jahren am liebsten mit ihren Freundinnen treffen, um Gespräche zu führen. Das ist während der Ausübung von Sport- oder Vereinsaktivitäten nicht auf dieselbe intime Weise möglich, wie es in privater Atmosphäre der Fall ist. Die Jungen hingegen wollen ihre motorische Überaktivität ausleben. (Vgl. Kapitel 3.2.3.)

4.3.4 Freizeit-Aktivitäten

Die Dispositionszeit dient, wie geklärt wurde, der Befriedigung persönlicher Bedürfnisse. Freizeit wird deshalb vor allem genutzt für (Vgl. Bundesministerium, 1999, S.5; Opaschowski, 2006, S.26):

- **Rekreation:** Bedürfnis nach Erholung und Entspannung
- **Kompensation:** Bedürfnis nach Ausgleich (zur stressreichen Determinationszeit) und Zerstreuung
- **Integration:** Bedürfnis nach Gesellschaft, Gemeinschaft, Kommunikation und Interaktion
- **Kontemplation:** Bedürfnis nach Ruhe, Muße, Selbstbesinnung
- **Partizipation:** Bedürfnis nach Beteiligung, Engagement und sozialer Selbstdarstellung
- **Enkulturation:** Bedürfnis nach Kreativität & produktiver Teilnahme am kulturellen Leben.

Durch welche konkreten Tätigkeiten die Teenager versuchen diesen Bedürfnissen gerecht zu werden, zeigen unterschiedliche Studien zu jugendlichem Freizeitverhalten. In der „JIM-Studie“ etwa wird jährlich das Mediennutzungsverhalten deutscher Jugendlicher im Alter von 12-19 Jahren untersucht. In deren Rahmen werden unter anderem auch „non-mediale“ Freizeitbeschäftigungen erhoben.

2008 wurden 1028 Personen befragt. Es stellte sich wie auch in den Jahren zuvor heraus, dass in der Freizeit am häufigsten der Kontakt zu „peers“ gesucht wird. Das belegen auch andere Untersuchungen (Vgl. Eder, 2005, S.10; ÖIJ, 2005, S.26; Zehenter, 2005, S.2; Vollbrecht, 2002, S.3/S.5) Durch den Kontakt mit Gleichaltrigen werden vor allem die Bedürfnisse nach Integration, Kompensation und Partizipation erfüllt.

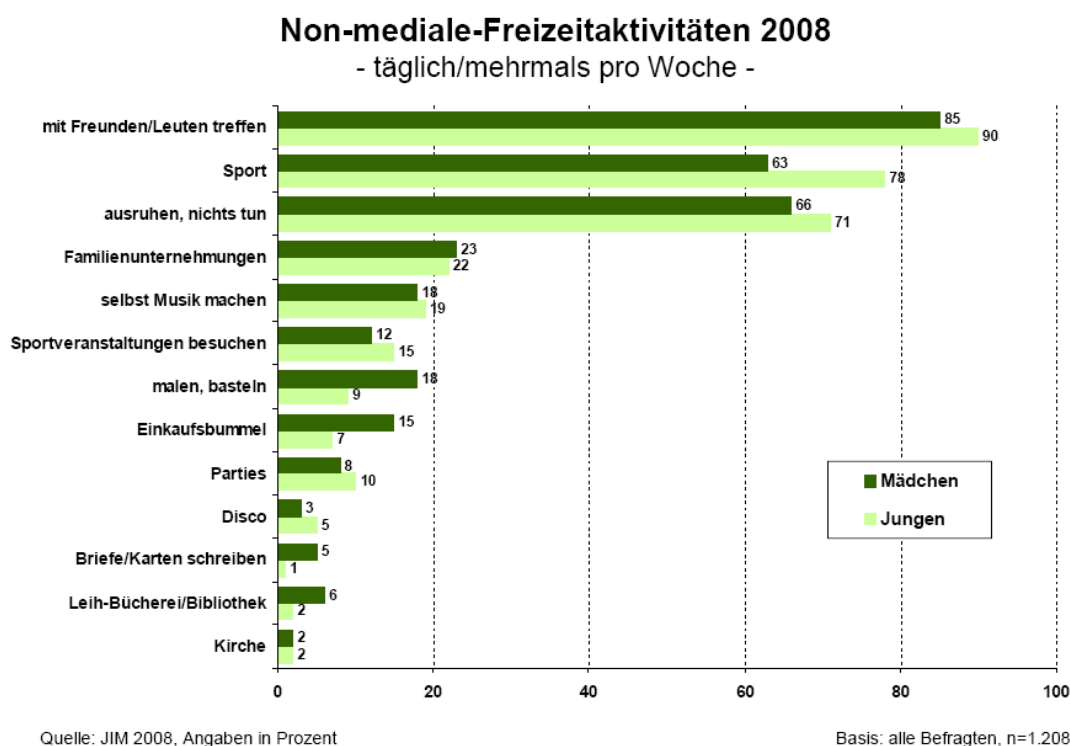


Abbildung 19: (Nonmediale) Freizeitaktivitäten 12-19jähriger

(MPFS, 2008, S.6)

An zweiter Stelle steht „Sport“. Dieser dient der Kompensation. Er ist ein angenehmer Ausgleich zum stressreichen Ausbildungs-/Arbeitsalltag. Danach folgt „Ausruhen, Nichts Tun“. Damit wird vor allem den Bedürfnissen nach Rekreation, Kontemplation, aber auch Kompensation nachgegangen. Weiter abgelegen scheinen dann Aktivitäten auf, die vor allem der Entkulturation (selbst Musik machen, malen, basteln), Integration und Partizipation (Familienunternehmungen, Sportveranstaltungen besuchen, Parties, Discos) dienen.

Eine Betrachtung dieser Ergebnisse ist insofern interessant, als sie zeigen, welche nicht-medialen Handlungsalternativen zur Verfügung stehen, um spezifische Bedürfnislagen zu befriedigen. Die Ergebnisse zur Mediennutzung Jugendlicher aus selbiger Studie sollen erst im nächsten großen Kapitel, das sich explizit mit dieser Thematik auseinandersetzt, herangezogen werden.

Das österreichische Jugendinstitut erhob 2005, womit sich die 10-16 Jährigen generell nachmittags beschäftigen. (Vgl. ÖIJ, 2005 / 1) Dabei konnten die 506 Befragten frei drei

Nennungen machen. Auch dieses Ergebnis zeigt, dass in der Dispositionszeit am liebsten Unternehmungen mit FreundInnen gemacht werden. Die altersspezifischen Unterschiede belegen, dass dies mit zunehmendem Alter weiter an Bedeutung gewinnt.

Was tun Kids am Nachmittag? (3 Nennungen)

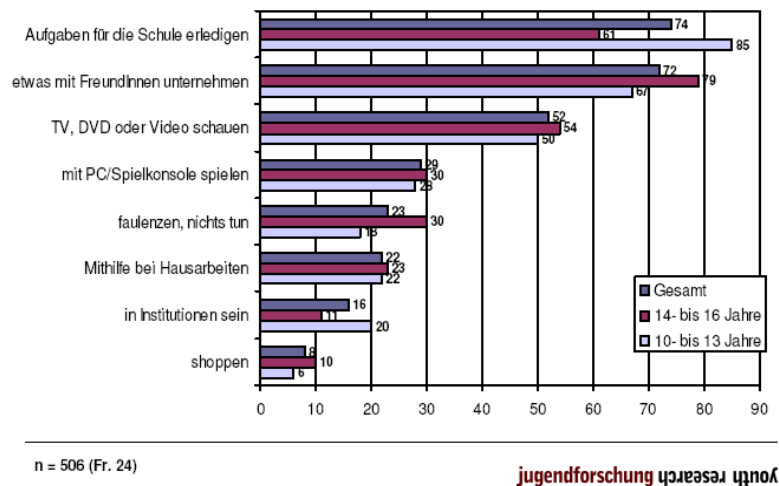


Abbildung 20: Tätigkeiten 10-16jähriger am Nachmittag

(ÖJ, 2005, S.26)

Direkt danach folgt die Nutzung von Medien, wie TV, Computer und Konsole. Zur Befriedigung welcher Bedürfnisse mediale Beschäftigung dient, soll erst im nächsten großen Kapitel ausführlich diskutiert werden. An dieser Stelle ist allerdings wichtig aufzuzeigen, welchen Stellenwert Medien im Vergleich zu anderen Freizeitaktivitäten einnehmen. Wie das Ergebnis zeigt, ist nur die Face-to-Face – Interaktion mit FreundInnen beliebter als mediale Beschäftigung.

Eine dritte, durchaus interessante Studie zum Freizeitverhalten Jugendlicher ist die „Oberösterreichische Jugendstudie“ von Dornmayer und Nemeth, in der 1265 Jugendliche zwischen 13 und 21 Jahren zu ihren *häufigsten (!)* Freizeitbeschäftigungen befragt wurden. Hier stehen nicht die Freunde an erster Stelle, sondern „Musik hören“, „Fernsehen“ „Sport“ und „Lesen“.



Abbildung 21: Freizeitaktivitäten Jugendlicher

(Bundesministerium, 1999, S.9)

Dieses Ergebnis ist besonders interessant, wenn man bedenkt, dass Oberösterreich vielerorts ein ländlicher Raum, ähnlich der Region Waldviertel ist. Es muss in diesem Kontext berücksichtigt werden, dass jene Tätigkeiten, denen am häufigsten und zeitintensivsten nachgegangen wird, nicht unbedingt die beliebtesten sein müssen. (Vgl. Vollbrecht, 2002, S.5) Möglicherweise ist es auch der Wunsch der oberösterreichischen Jugendlichen ihre freie Zeit am häufigsten mit Freunden zu verbringen, was aber im ländlichen Raum vielfach mit größeren Anstrengungen verbunden ist. Darauf deutet auch die Tatsache hin, dass (erst) an 5.Stelle „in die Stadt fahren“ genannt wurde. In anderen Studien ist eine derartige Kategorie gar nicht zu finden. Für Jugendliche am Land ist die Distanz zum nächst größtem Zentrum oftmals Gegebenheit, das Pendeln dorthin eine Selbstverständlichkeit.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass freie Zeit genutzt wird um persönlichen Bedürfnissen nachzugehen. Jugendliche verbringen ihre Freizeit deshalb am liebsten mit Freunden. Für Teenager am Land kann sich dies aber in vielerlei Hinsicht schwieriger gestalten, worauf in Kapitel 6.3.1 noch ausführlich eingegangen wird.

5 Mediennutzung Jugendlicher

„Jugendliche sind heute Medienjugendliche und Biographien sind Medienbiographien.“

(Baacke, 1997; zitiert in: Misoeh, 2007, S.164)

Sämtliche Autoren sind sich einig und auch eine Reihe an Studien belegt, dass Medien einen zentralen Bestandteil jugendlicher Alltagswelten darstellen. (Vgl. z.B.: Baacke, 2003, S.257f; Luger, 1985, S.33; MPFS, 2005/2006/2008; Niesyto, 1991, S.20; Bundesministerium A, 2003, S.7) Das Mediennutzungsverhalten unterscheidet sich dabei klar von jenem der Erwachsenen, nicht nur auf qualitativer, sondern auch auf quantitativer Ebene. (Vgl. Niesyto, 1991, S.23; Luger, 1985, S.33) Deshalb stehen die Jugendlichen seit Beginn der Medienforschung im ersten Drittel des 20.Jahrhunderts immer wieder im Mittelpunkt des Interesses.

Die Adoleszenz ist nicht nur eine Phase in der Menschen beginnen ihre Umwelt zu erkunden, sondern auch eine verstärkte Auseinandersetzung mit ihrer „inneren Realität“ geschieht.

Die zentrale These ist, dass Medien gewisse Qualitäten (z.B. ihre Ort- und Zeitlosigkeit, ihre zunehmende Strukturlosigkeit, ihre Omnipräsenz, ihre Bewegung und Dynamik, ihre Imaginisierungsmöglichkeiten) haben, die diesen „psychosozialen Bedürfnissen Jugendlicher nach Gegenwartsbezug, nach Bewegung, Körperlichkeit und >Action<, nach Emotionen und Abenteuer, nach Grenzüberschreitungen, Fiktion und Imagination entgegenkommen.“

(Niesyto, 1991, S.73)

Aus diesem Grund wenden sich Teenager nicht nur häufiger Medien zu als es Erwachsene tun, sondern nutzen diese auch wesentlich vielfältiger. Das birgt für die Jugendlichen sowohl Chancen als auch Risiken in sich. Einerseits zeigen Studien, dass Personen, die Medien vielfältig zu nutzen wissen, eher „aktiv, gesellig, sportlich und kreativ“ sind. Andererseits lässt besonders intensive Mediennutzung auf (psychosoziale) Problemlagen schließen. Sie dient weniger stabilen Teenagern als „Narkotika“ bzw. Ersatzbefriedigung, wenn sie keine Lösung für ihre Probleme finden. (Vgl. Luger, 1985, S.6/ S.255ff) Die Entwicklungspsychologie sieht Teenager generell mehr gefährdet, da

sie leichter beeinflussbar bzw. manipulierbar sind, weil ihre Identität noch nicht gefestigt ist. (Vgl. Luger, 1985, S.223)

Wie reflektiert der Umgang mit Medien geschieht, hängt sehr stark von äußeren Faktoren ab. *„Die Beziehungen zur Familie, Freunden, Schule und Beruf bestimmen das Medienverhalten nachhaltig.“* (Luger, 1985, S.224)

Horst Niesyto, der sich mit der Bedeutung von Medien für Jugendliche im ländlichen Raum beschäftigt hat, vertritt sehr stark die These, dass sich Jugendliche und junge Erwachsene Medien als *„soziale Räume“* aneignen. Er ist deshalb der Auffassung, dass sowohl der soziokulturelle Kontext (z.B. Einfluss des Herkunftsmilieus, Einfluss von Peers etc.) das Mediennutzungsverhalten beeinflusst, als auch die sozialräumliche Orientierung. Im ländlichen Raum bedeutet das, ob die Teenager und jungen Erwachsenen mehr Dorf- oder Regional-orientiert sind. (Vgl. Niesyto, 1991, S.28 / S.75)

Ralf Vollbrecht sieht *den* zentralen Einflussfaktor auf das Mediennutzungsverhalten in den Eltern. In der primären Sozialisation werden seiner Ansicht nach die Formen des Medienumgangs von den erwachsenen Vorbildern übernommen. Auch wenn sich die Jugendlichen eine Zeit lang bewusst dagegen wehren, verfestigt sich später nach dem Vorbild der Eltern ein eher konsumierender oder selektierender Medienumgang. Damit ist gemeint, ob man Medien bewusst auswählt (*„themenzentriert“*) oder beim Durchsuchen des Angebots „einfach bei etwas bleibt“ (*„flanierend“*). (Vgl. Vollbrecht, 2002, S.4ff)

Dass Medienwahlen auch *flanierend* geschehen können, ist ein interessanter Punkt: In Kapitel 2 wurde die Theorie der rationalen Medienwahl herangezogen. Sie besagt, dass Medien aufgrund spezifischer Bedürfnislagen und (erwarteter) Gratifikationen gewählt werden. Im Rahmen dieser Auseinandersetzung wurde bereits erwähnt, dass Medienwahlen nicht immer nach einem rationalen Kosten-Nutzen-Kalkül erfolgen müssen. Dennoch ist davon auszugehen, dass Jugendliche auch bei minder bewussten Entscheidungen, den Medien gewisse Bedeutungen zuschreiben bzw. in ihnen Möglichkeiten für spezifische Bedürfnisbefriedigungen sehen.

Gerade bei interaktiven Medien, wie dem Internet kann die Unterscheidung konsumierend (flanierend) – selektierend (themenzentriert) nicht in der Form getroffen werden, wie es etwa bei der Fernsehnutzung der Fall ist. Während bei einseitigen

Medien, wie dem Fernsehen²⁹ das Angebot „durchgezapped“ werden kann bis man schließlich ohne viel nachzudenken bei einem Programm stehen bleibt, muss eine Internetseite in der Regel bewusst gesucht bzw. aufgerufen werden.³⁰

Gerade im diskutierten Fall einer regionalen Online-Community ist anzunehmen, dass sie nicht rein zufällig von Personen dieser Region gefunden wird. Es kann davon ausgegangen werden, dass die Jugendlichen vor ihrem ersten „Besuch“ auf der Seite über Freunde oder Werbungen, von dieser erfahren haben. Basierend auf jener Vorinformation, wird dann entschieden, die Seite im Internet aufzurufen. Diese Handlung kann freilich relativ undurchdacht erfolgen, keineswegs aber unbewusst.

Auch Sven Thiermann, der sich mit medialen Aneignungstechniken auseinandergesetzt hat, verweist auf die aktive Rolle, die NutzerInnen von interaktiven Medien zukommt. (Vgl. Thiermann, 2007, S.42; Vgl. auch Döring, 2003) Er vertritt dementsprechend die Ansicht, dass handlungstheoretische Konzepte in die Untersuchung von virtuellen Phänomenen integriert werden sollen, denn *„die Handlungstheorie berücksichtigt auch neue und interaktive Medien.“* (Thiermann, 2007, S.42)

Im Sinne dieser Überlegungen bietet sich der bereits diskutierte Nutzenansatz, der eine Verknüpfung des Uses-and-gratifications-Ansatzes und der Handlungstheorie darstellt, als zentrales Konzept zur Erklärung der diskutierten *Medienwahl* an.

Die Betonung liegt hier auf *„Wahl“*. Denn wird ein Medium erst einmal als geeignet empfunden, kann sich die Nutzung vor allem bei Jugendlichen sehr schnell habitualisieren. (Vgl. Vollbrecht, 2002, S.12; Luger, 1985, S.243)

²⁹ Es muss bemerkt werden, dass aufgrund der zunehmenden Verschmelzung unterschiedlicher Medien, Fernsehen auch nicht mehr als nur einseitiges Medium verstanden werden kann (Bsp.: Zuseher-SMS in Laufzeile).

³⁰ Auch im Internet gibt es basierend auf diversen Verlinkungen prinzipiell auch die Möglichkeit, willkürlich von einer auf die nächste Seite zu wandern.

„Der Umgang mit Medien wird von Jugendlichen gewohnheitsmäßig organisiert. Er wird zu einem täglichen Ritual, die Selbstverständlichkeit des Umgangs mit der Technik zur handlungsleitenden Folie.“

(Luger, 1985, S.243)

Im Falle der Plattform „Epos4“ bedeutet dies etwa, dass die Seite immer zu bestimmten Zeiten oder automatisch bei jeder Tätigkeit am PC zwischendurch aufgerufen wird.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass sich jugendliches Mediennutzungsverhalten sowohl im Umfang als auch in seiner Qualität von jenem erwachsener Personen unterscheidet. Es unterliegt dabei unterschiedlichen externen Einflussfaktoren. Vor allem der Medienumgang der Eltern, der in der primären Sozialisation übernommen wird, spielt eine entscheidende Rolle. Je nachdem welche Form der Nutzung von den Eltern vorgelebt wird, tendieren die Teenager später zu einem entweder reflektierten oder „flanierenden“ Verhalten im Bezug auf Medien.

Bei „neuen“ bzw. interaktiven Medien, wie dem Internet ist diese Unterscheidung nur bedingt anwendbar. Gerade im spezifischen Fall einer regionalen Community muss bei der Mehrheit der NutzerInnen von einer bewussten Medienwahl ausgegangen werden. Die Wahrscheinlichkeit, dass man beim willkürlichen Aufrufen verschiedener Online-Angebote zufällig auf die Plattform stößt, ist eher gering.

5.1 Funktionen der Medien für Jugendliche

Im Sinne einer Gratifikationsforschung (Nutzenansatz) gilt es zu fragen, welcher Nutzen aus einer Medienzuwendung gezogen wird bzw. werden kann. Meist handelt es sich dabei nicht nur um *eine* bestimmte Gratifikation. *„In der Regel nutzen wir alle Medien multifunktional.“* (Vollbrecht, 2002, S.2; Vgl. auch Baacke, 2003, S.257f) Das heißt wir erhalten durch *eine* Medienzuwendung unterschiedliche (oft auch unerwartete) Gratifikationen. Welche das sind, hängt sehr stark von den jeweiligen Bedürfnissen und der Art der Zuwendung ab. (Vgl. Barthelmes/Sander, 2001, S.26f) Die zentralen Einflussfaktoren sind nach Ralf Vollbrecht (Vgl. Vollbrecht, 2002, S.2):

- Interessen
- Vorlieben
- Anregungen und eingeschliffene Gewohnheiten
- Medienbiographische Erfahrungen
- Lebenslagen
- Persönliche und entwicklungsbezogene Themen, die gerade relevant sind

Jede/r Einzelne wählt nach seiner/ihrer spezifischen Ausgangslage jene Medien, die seinen/ihren Bedürfnissen (scheinbar) am besten gerecht werden. Da Teenager heute „Medienjugendliche“ sind, verfügen sie meist über ein ganzes Ensemble an Medien, die ihnen unterschiedliche Gratifikationen verschaffen. (Vgl. Barthelmes/Sander, 2001, S.26f)

Welche konkreten Gratifikationen durch Medienzuwendungen erhalten werden können, wurde bereits in Kapitel 3.5 vorgestellt. In Folge sollen ausgewählte Beispiele, die gerade im Kontext der Internetnutzung von Relevanz sind, näher behandelt werden. Zudem sollen auch jene Funktionen beschrieben werden, die Medien gerade in der Altersphase der Adoleszenz erfüllen können.

5.1.1 Sozialisations- und Identitätsfunktionen

„Neben Familie, Schule und Peergroups bilden die Medien heute eine vierte wichtige Sozialisationsinstanz, die die Welterfahrung der Jugendlichen nachhaltig prägt und strukturiert.“

(Vollbrecht, 2002, S.1; Vgl. auch Luger, 1985, S.20; Burkart, 2002, S.382)

Medien liefern über ihre sonstigen Funktionen hinaus, vor allem Orientierungsbilder für die adoleszente Entwicklung. Die Suche nach medialen Angeboten, steht oft in Zusammenhang mit der Suche nach dem Selbst. Gerade in der heutigen Zeit, wo Medien generell an Bedeutung gewinnen, geschieht die Identitätsarbeit Jugendlicher zunehmend anhand von Medienerfahrungen. Diese regen zum Nachdenken an, helfen, die eigene Lebenssituation besser zu verstehen und tragen zur Stärkung der eigenen Werte bei. Die Medien selbst können in diesem Zusammenhang als Institutionen begriffen werden, die sich als vermittelnde und tragende Instanzen zwischen den Einzelnen und der

gesellschaftlichen Ebene einschalten. (Vgl. Misoch, 2007, S.164f; Burkart, 2002, S.229; Barthelmes/Sander, 2001, S.225; Thiermann, 2007, S.44; McQuail/Blumler/Brown, 1972, S.158ff; Greenberg, 1974, S.91; Katz/Gurevitch/Haas, 1973, S.170)

Interaktive Medien bieten den Jugendlichen nicht nur eine Orientierung, sondern unterstützen die Identitätsentwicklung auch insofern, dass sie es den Jugendlichen erlauben Handlungen und Verhaltensmuster auszuprobieren. (Vgl. Thiermann, 2007, S.44ff; Barthelmes/Sander, 2001, S.33ff; Angerer, 1999, S.22; Misoch, 2007, S.178; Charlton/Neumann, 1990, S.169ff/196f)

„Jugendliche heute möchten nicht mehr auf ein bestimmtes Verhalten festgelegt werden, sie möchten viele Rollen und Befindlichkeiten ausprobieren, sie möchten spielerisch verschiedene Facetten ihrer Persönlichkeit gerade auch über Medien kennen lernen.“

(Barthelmes/Sander, 2001, S.41)

In Chats, Foren und Ähnlichem können Persönlichkeitsentwürfe jenseits der alltäglichen Rollenanforderungen erprobt bzw. geübt werden. „Neue Medien“ haben demnach quasi eine „*Laborfunktion*“. Selbstdarstellung fällt auf diesem Weg oftmals leichter, da eine „Nicht-Anerkennung“ des Gegenübers ausbleibt. (Vgl. Thiermann, 2007, S.44ff; Charlton/Neumann-Braun, 1990, S.182ff) Auf der Plattform „Epos4“ sind äußerst umfangreiche Möglichkeiten der Selbstdarstellung bzw. –präsentation vorhanden, die sich vor allem bei den jüngeren NutzerInnen großer Beliebtheit erfreuen. (Vgl. Kapitel 2.6.3)

„Selbstdarstellungen in virtuellen Räumen unterliegen besonderen Bedingungen. Ist im realweltlichen Kontext die Identität und deren Darstellung zentral mit der Körperpräsenz verknüpft und dadurch eng an den Körper und die von diesem (bewusst oder unbewusst) gesendeten Zeichen gebunden – so dass Identitätsrelevantes bereits ohne unser bewusstes Agieren für andere >sichtbar< ist -, so müssen in virtuellen Räumen auf Grund der Kanalreduktion alle Inhalte, d.h. auch die Identität bewusst dargestellt werden, damit diese für andere „sichtbar“ und somit sozial wirksam werden kann.“

(Misoch, 2007, S.168)

Da die Selbstdarstellungen somit immer mit einer Selektion verknüpft sind, stellen virtuelle Identitäten immer eine (Re-)Konstruktion der eigenen Persönlichkeit dar. (Vgl. Misoch, 2007, S.168) Je nach dem, wie sich eine Person darstellt, werden unterschiedliche Identitätsfunktionen erfüllt, wie die nachfolgende Tabelle zeigt:

Identitätsdarstellung	Funktion
Aktuelles Selbst/ Realselbst	Stabilisierung/Konsolidierung des aktuellen Selbst, reflexiv, authentisch
Potentielles Selbst	Proberaum für Selbstentwürfe, experimentell
Wunschselbst	Fluchtraum, kompensatorisch, experimentell
Provokantes Selbst	Abgrenzung, Probehandeln, experimentell

Tabelle 4: Funktionen virtueller Selbstdarstellungen

(Misoch, 2007, S.171)

Beim „*Provokanten Selbst*“ werden abweichende und schockierende Selbstanteile dargestellt. Provokation ist in der Lebensphase Jugend keine Anomie, sondern ein phasentypisches Probe- und Distanzierungshandeln. (Misov, 2007, S.170)

Dieses steht in Zusammenhang mit einem weiteren wichtigen Schritt der Identitätsentwicklung, nämlich der allmählichen Loslösung vom Elternhaus. Medien können in diesem Zusammenhang als symbolisches Mittel zur Befreiung von der Erwachsenenwelt dienen. (Vgl. Misoch, 2007, S.163) Der Wunsch nach Selbstbestimmung wird im Psychologischen Wörterbuch als „ (...) *Ausdruck der allgemeinen Tendenz des Menschen, in seinem Denken und Handeln Autonomie anzustreben und gegen Einschränkungen anzukämpfen bzw. ihnen aus dem Weg zu gehen*“ (Fröhlich, 2000, S.397) beschrieben. Besonders virtuelle Communities bieten den Jugendlichen in Form von „Ersatzräumen“ die Möglichkeit, sich kollektiv abzugrenzen und gemeinsam Autonomie jenseits der Kontrolle der Erwachsenenwelt zu behaupten.

„Mediale Raumaneignung (...) ist als subjektive symbolische Montage objektiver >Medienrealitäten< zu einer eigenen >Medienwelt< Teil des Stilbildungsprozesses Jugendlicher. Diese Medienwelt hat für Jugendliche einen Realitätscharakter (...).“

(Niesyto, 1991, S.73)

Abgrenzung äußert sich dabei nicht nur durch die Eroberung „eigener Räume“, sondern auch über spezifische Anwendungsformen von Medien, die sich von jenen der Erwachsenen unterscheiden. Dabei entwickelten Jugendliche etwa eine eigene "Sprache", die durch die Verwendung von Akronymen, Inflektiven und Emoticons gekennzeichnet ist.³¹ Für Teenager hat diese den „Charakter von Innovativität und Coolness“. (Vgl. Vollbrecht, 2002, S.55; Vgl. Decius/Panzieri, 2000, S.43)

„Geheimsprachen und Codes waren schon immer ein Ausdruck von Jugendkultur. Die Jugendlichen grenzen sich so von Erwachsenen und anderen Cliquen ab.“

(Mützelfeld, 2002, S.2)

Mehr als 70% der österreichischen Jugendlichen verwenden zumindest manchmal derartige Abkürzungen. (Vgl. Holm, 2004, S.15)

5.1.2 Sozial-integrative Funktionen

Die Nutzung von Medien dient der Befriedigung sozialer Bedürfnisse in mehrerlei Hinsicht. Kommunikationsmedien kommen in erster Linie dem grundlegenden Bedürfnis nach sozialer Interaktion³² entgegen. Sie erfüllen dabei vor allem eine instrumentelle Funktion, die der Pflege bzw. auch Stärkung bestehender Kontakte dient. (Vgl. Burkart, 2002, S.229; Katz/Gurevitch/Haas, 1973, S.166) Beim Internet kommt allerdings die Möglichkeit einer „in keinem anderen Medium vergleichbar realisierbaren Vergrößerung der eigenen kommunikativen Reichweite“ hinzu. (Döring, 2003, S.142) Die Idee, neue Bekanntschaften zu knüpfen, ist häufig eine zentrale Nutzungsmotivation des Internets.

Medien können somit Einsamkeit entgegenwirken und eine wichtige Integrationsfunktion erfüllen. Auch im Realleben weniger integrierte Teenager, können durch Medien-

³¹ Beispiel für „Akronyme“ (Abkürzungen): „cu“ (= see you); „lol“ (=laughing out loud)
Beispiel für „Inflektive“: *schnief* (=ich bin traurig): *grins* (=ich lächle, finde etwas lustig)
Beispiel für „Emoticons“: ☺ (=freuen, lachen) ☹ (=traurig / enttäuscht sein)

³² Wir kommunizieren nicht nur um spezifische Inhalte zu vermitteln, sondern um zu „kommunizieren“. D.h., dass Inhalte in Konversationen oftmals von peripherer Bedeutung sind. Die soziale Interaktion selbst ist als Handlungs-leitendes Motiv zu begreifen. (Vgl. Burkart, 2002, S.28)

zuwendung ein Gefühl der Zugehörigkeit erleben. (Vgl. Von Feilitzen, 2002; Burkart, 2002, S.228; Luger, 1985, S.12 S.359; McQuail, 1983, S.83; Katz/Gurevitch/Haas, 1973, S.169; Greenberg, 1974, S.91)

Nicht nur Interaktion via Medien, sondern auch Medieninhalte selbst können sozial-integrativ wirken. Diese können beispielsweise als Grundlage späterer Konversationen dienen oder dem Bedürfnis nach Orientierung in der sozialen Umwelt entgegenkommen. Gemeinsames Wissen über die Umwelt kann Gemeinschaft sowohl im virtuellen als auch realweltlichen Raum fördern. (Vgl. Barthelmes/Sander, 2001, S.48ff; Vollbrecht, 2002, S.4, Burkart, 2002, S.229)

5.1.3 Unterhaltungsfunktionen (Rekreation und Aktivierung)

Bradley Greenberg verweist darauf, dass sich in nahezu jeder Auflistung Medienbezogener Bedürfnisse das Motiv „Unterhaltung“ finden lässt. (Vgl. Greenberg, 1974, S.74) Dieser Begriff umfasst zwei zentrale Dimensionen: einerseits Erholung und andererseits Aktivierung.

Autoren streichen die enge Verknüpfung des Unterhaltungs-Nutzen mit der Erfüllung emotionaler Bedürfnisse hervor. (Vgl. u.a. Greenberg, 1974, S.91) Elihu Katz, Michael Gurevitch und Hadassah Haas etwa unterscheiden zwischen Bedürfnissen „*(...)kognitiver, affektiver, integrativer und interaktiver Art.*“ (Katz/Gurevitch/Haas, 1973, S.164-181) Den Aspekt der Unterhaltung ordnen sie den affektiven Wünschen zu. (Vgl. Katz/Gurevitch/Haas, 1973, S.166) Celia von Feilitzen fasst die beiden Begriffe ohnehin gleich in eine Kategorie: „*entertaining or emotional functions*“. (Von Feilitzen, 2002, S.358)

Der Grund für diesen Zusammenhang besteht darin, dass Personen oft unter Spannung stehen. Mediennutzung kann eine Spannungs-mildernde Wirkung („*to release tension*“) haben, die gleichzeitig zu einer emotionalen Befreiung („*emotional release*“) führt. (Vgl. Katz/Gurevitch/Haas, 1973, S.166; McQuail, 1983, S.83) Diese entspannende Wirkung wird weitgehend als „Rekreationsfunktion“ bezeichnet. (Vgl. u.a. Ronneberger, 1971, S.50) Da Jugendliche heute häufig unter Stress stehen, schreiben sie dem Bedürfnis nach Rekreation in ihrer Freizeit eine wichtige Bedeutung zu. (Vgl. Opaschowski, 2006, S.27)

Diese Funktion ist, wie schon erwähnt, nicht die einzige, die dem Unterhaltungsmotiv zugeordnet wird. Gegenteilig zur Spannungs-lösenden Wirkung können Medien auch verwendet werden, um einen Spannungs-Zustand zu erreichen. Bei aufkommender Langeweile dienen sie der Beschäftigung, dem Zeitvertreib und der Aktivierung. (Vgl. Ronneberger, 1971, S.50; Katz/Gurevitch/Haas, 1973, S.170; Greenberg, 1974, S.91; McQuail, 1983, S.83)

Horst Opaschowski verweist darauf, dass Langeweile ein zentrales Problem unserer Gesellschaft ist und auf eine lange Tradition zurückblicken kann. (Vgl. Opaschowski, 2006, S.226)

„Unser größter Feind ist die Langeweile“

Francois-Marie Arouet/Voltaire, 1694-1799
(zitiert in: Opaschowski, 2006, S.227)

*„Wenn es die Affen dahin bringen könnten, Langeweile zu haben,
so könnten sie Menschen werden“.*

Johann Wolfgang von Goethe 1749-1832
(zitiert in: Opaschowski, 2006, S.227)

Der Mensch ist seiner Ansicht nach auf der ständigen Flucht vor Langeweile. Mit der Entwicklung einer Spaßgesellschaft haben sich die Klagen über dieses Problem sogar verdoppelt. Besonders häufig geben SchülerInnen (41%), Singles (56%) und Arbeitslose (59%) an, an diesem Problem zu leiden. (Vgl. Opaschowski, 2006, S.228f)

Medien dienen vor allem dann der Unterhaltung, wenn es an nicht-medialen Beschäftigungsalternativen mangelt. (Vgl. Von Feilitzen, 2002, S.359; Greenberg, 1974, S.91) Hierbei handelt es sich um ein Problem, das vor allem im ländlichen Raum verstärkt auftritt, worauf in Kapitel 6 näher eingegangen wird.

5.1.4 Informationsfunktionen

Bei der Informationsfunktion muss unterschieden werden zwischen praktischen Informationen, die gezielt gesucht werden, um den Wissensstand zu erweitern (z.B. Nachrichtenmedien) bzw. weil sie für das Alltagshandeln nützlich sind (z.B. Veranstaltungshinweise) und jenen, die eher im Sinne der Unterhaltungsfunktion bezogen werden (z.B. Netzprofile anderer Personen lesen).

Im Vergleich zu anderen Informationsquellen, wie etwa zur Schule, schätzen die Jugendlichen an Medien die Möglichkeit, Informationen zu beziehen, die ihnen ansonsten möglicherweise vorbehalten blieben. Das unterstreichen etwa folgende Aussagen von Teenagern:

*„So I can learn about things I haven't done before.”
“(...) because it teaches me things I don't learn in school.”*

(Teenager, zitiert in: Greenberg, 1974, S.91)

Für Jugendliche im ländlichen Raum haben Medien eine wichtige Funktion in Bezug auf Informations-*Verbreitung*. Regionale Jugendveranstaltungen können mittels Medien organisiert und kommuniziert werden, worauf in Kapitel 6 noch eingegangen wird. Auch in der Befragung von Epos4 UserInnen zeigte sich, dass der Eventkalender zu den beliebtesten Anwendungen zählt. (Vgl. UserInnen-Interview, 2007)

5.1.5 Eskapistische Funktionen

In „Dorsch Psychologisches Wörterbuch“ wird Eskapismus folgendermaßen definiert:

„Eskapismus [engl. escape Flucht], Flucht vor der Realität. Wird auch als Abwehrmechanismus (...) bezeichnet.”

(Dorsch/Häcker/Stapf, 1994, S.218)

Spricht man also von „Eskapistischen Funktionen“ ist die Rede von Möglichkeiten, den Problemen des Alltags zu entkommen. Medien stellen in diesem Zusammenhang eine mehrerer Handlungsalternativen dar. (Vgl. Greenberg, 1974, S.73ff) Dabei ist der

mediale Inhalt nicht unwesentlich. Michael Schenk beschreibt den eskapistischen Inhalt folgendermaßen:

„(1) Er lädt den Rezipienten ein, seine wirklichen Probleme zu vergessen, (2) sich passiv zu entspannen, (3) erzeugt Emotionen, (4) lenkt ab von den Normen und Regeln der Realität, (5) bietet Vergnügen und stellvertretende Erfüllung von Wünschen.“

(Schenk, 2002, S.629)

Diese Ausführungen beziehen sich eigentlich auf einseitige, nicht interaktive Medien (z.B.: Fernsehen), was schon der Begriff „*Rezipient*“ verrät. Bedingt kann diese Beschreibung auch auf Online-Communities übertragen werden. Durch die Möglichkeit geselliger Kommunikation, können alltägliche Probleme vergessen werden (1). Sind die Gespräche sehr intensiv, können Emotionen erzeugt werden (3). Realweltliche Normen und Regeln werden im virtuellen Raum ohnehin aufgehoben (4). Die stellvertretende Erfüllung von Wünschen kann mittels Einnahme einer neuen bzw. fiktiven Identität geschehen (5).

In vielen Gratifikationsstudien zur TV-Nutzung wird der Begriff der „parasozialen“ Beziehung verwendet. (Vgl. Burkart, 2002, S.228) Damit ist eine quasisoziale Beziehung zu einem Medienakteur gemeint. Dieses Scheinverhältnis dient der kompensatorischen Befriedigung frustrierter Bedürfnisse. Was sich im Kontext der TV-Nutzung auf Darsteller und Figuren von Filmen bezieht, ist im Internet die Interaktion mit anonymen Anderen. Der Begriff „parasozial“ kann in diesem Zusammenhang zwar keine Verwendung finden, da es sich um tatsächliche soziale Interaktion handelt. Diese kann aber ebenso zur Kompensation, etwa einer Ermangelung sozialer Kontakte im physischen Raum, genutzt werden. Es kommt immer darauf an, *wie* ein bestimmtes Medium genutzt wird. (Vgl. Von Feilitzen, 2002, S.360)

Von einer eskapistischen Nutzung ist vor allem dann die Rede, wenn Medien Mittel darstellen, dem Alltag zu entfliehen. (Vgl. Schenk, 2002, S.268; McQuail, 1972, S.155)

„Das kurzweilige <Ausklinken> aus der alltäglichen Wirklichkeit ist für viele Jugendliche ein unmittelbares Bedürfnis (...).“

(Luger, 1985, S.238)

Gerade im ländlichen Raum, wo die direkte Umgebung oft sehr anregungsarm ist, flüchten Teenager in mediale Welten. (Vgl. Niesyto, 1991, S.77) Dort können sie den Rollenverpflichtungen bzw. –erwartungen des Alltags entkommen. (Vgl. Schenk, 2002, S.628) Wie in Kapitel 6 noch ausführlich beschrieben wird, sind Jugendliche in ländlichen Gebieten einem besonderen Normalitätsdruck ausgesetzt. Teenager, die unter dieser Situation leiden, fliehen in mediale Welten, um der erdrückenden Realität des Alltags zu entkommen.

Jedes Medium kann also für die NutzerInnen sehr unterschiedliche Funktionen erfüllen. Im folgenden Kapitel soll geklärt werden, welche Medien von den Jugendlichen am bevorzugt genutzt werden.

5.2 Die Medien der Jugendlichen

Kurt Luger bezeichnete bereits 1985 die Jugendlichen als „*Multi-Media-Generation*“. (Vgl. Luger, 1985, S.31) Seitdem hat sich das technikbasierte mediale Angebot sehr stark weiterentwickelt und vervielfältigt. Dabei ist vor allem die Konsolidierung des Internets und dessen übergeordnete Organisationsstruktur das „World Wide Web“ hervorzuheben. Die heutige Generation an Teenagern ist bereits mit dem PC bzw. Internet aufgewachsen. Virtuelle Vernetzung begreifen sie nicht mehr als technische Neuerung, sondern Selbstverständlichkeit. Dementsprechend vielfältig ist heute das „Medienmenü“ von Teenagern und jungen Erwachsenen.

In unterschiedlichen Studien zu jugendlichem Mediennutzungsverhalten, wird erhoben, welche Medien die Teenager am häufigsten bzw. liebsten nutzen. Um herausarbeiten zu können, welche Rolle das Internet dabei einnimmt, sollen einige Ergebnisse vorgestellt und diskutiert werden.

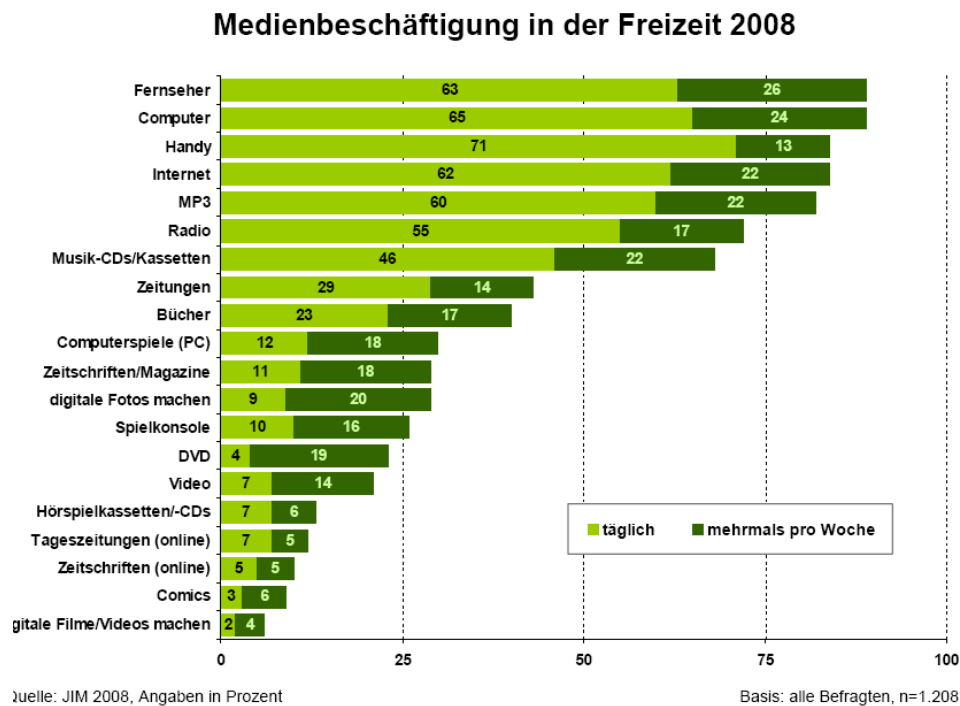


Abbildung 22: Mediennutzung Jugendlicher in der Freizeit

(MPFS, 2008, S.12)

Auf den ersten Blick fällt auf, dass sieben verschiedene Medien von mehr als zwei Drittel der Jugendlichen täglich bzw. mehrmals pro Woche verwendet werden, was die generelle Medien-Affinität der Jugendlichen unterstreicht. An erster Stelle stehen dabei TV und Computer, die beide von 89% der befragten Teenager täglich oder mehrmals pro Woche verwendet werden. Danach folgt das Handy, das von 71% der Jugendlichen täglich und von 13% mehrmals wöchentlich genutzt wird. Das Internet liegt an vierter Stelle und wird von 84% der Befragten mehrmals pro Woche verwendet. Fast alle Teenager (97%) nutzen das World Wide Web heute zumindest ab und zu. (Vgl. MPFS, 2008, S.46) Zeitungen und Bücher werden von weniger als 50% der Befragten häufiger pro Woche gelesen. Es zeigt sich ganz klar der Trend, dass elektronische Medien von den Jugendlichen häufiger genutzt werden.

Eine österreichische Studie von Fessel-GfK aus dem Jahre 2003 belegt, dass auch hierzulande der Computer einen wichtigen Stellenwert für 14-24jährige einnimmt. Die Angaben in der unten stehenden Grafik beziehen sich auf jene Freizeit-Tätigkeiten, bei denen die Jugendlichen angaben, diesen „sehr häufig“ nachzugehen. Das Ergebnis zeigt,

dass sich die Befragten sogar deutlich häufiger mit dem Computer beschäftigen, als sie fernsehen. Burschen und junge Männer tun dies sogar noch etwas häufiger als „ausgehen“.



Abbildung 23: Freizeitbeschäftigung Jugendlicher und junger Erwachsener („sehr häufig“)

(Zehenter, 2005, S.5)

Aus diesen Studien lassen sich zwei deutliche Trends erkennen. Zum Einen favorisieren Jugendliche elektronische Medien. Diese nehmen, neben dem direkten Kontakt mit FreundInnen, einen zentralen Stellenwert im Leben der Jugendlichen ein. Zum Anderen zeigt sich, dass vergleichsweise junge Medien wie „Computer“ bzw. „Internet“ einen selbstverständlichen Teil jugendlicher Alltagswelten darstellen. Es lässt sich feststellen, dass der Umgang mit dem Internet, betrachtet man die Nutzung unterschiedlicher Medien, mittlerweile durchaus zu den beliebtesten Beschäftigungen zählt.

5.3 Internetnutzung Jugendlicher

Da das Internet ein vergleichsweise junges Medium darstellt, soll in diesem Kapitel zunächst auf die rasante Entwicklung und Verbreitung des Phänomens eingegangen werden. In Folge soll geklärt werden, welche Bedeutung dem Internet heute gerade von Jugendlichen beigemessen wird, und wie diese es nutzen. Dabei wird sich ein eigener Abschnitt den geschlechtsspezifischen Besonderheiten widmen. Abschließend soll explizit auf die Nutzung von Online-*Communities* eingegangen werden.

5.3.1 Entwicklung der Internetnutzung

Bedenkt man, dass das Internet erst seit zirka fünfzehn Jahren für eine breite Öffentlichkeit zugänglich ist, ist es erstaunlich, wie rasch sich dessen Nutzung vor allem im 21. Jahrhundert entwickelt hat. Wenn man Studien zum Medienverhalten Jugendlicher aus den späten 1990er Jahren betrachtet, zeigt sich, dass das Internet noch kurz vor der Jahrtausendwende einen marginalen Stellenwert eingenommen hat.

In einer Studie der Fessel-GfK zum Freizeitverhalten Jugendlicher aus dem Jahre 1997 gaben noch 81% der Befragten im Alter von 14-24 Jahren an, das Internet nie zu nutzen. 11% verwendeten es selten und nur 8% (!) haben damals angegeben, öfter, häufig oder sehr häufig im Netz zu surfen. (Vgl. Bundesministerium, 1999, S.10) Dieses Ergebnis ist nicht nur auf mangelndes Interesse am Medium, sondern auf die damals noch geringe Netzanschließung (in Privathaushalten) zurückzuführen.

Studien der Fessel-GfK gemeinsam mit T-Factory in den darauf folgenden Jahren zeigten aber bereits einen klaren Wachstumstrend an, vor allem was die Bedeutung des Mediums betrifft. Binnen der letzten 3 Jahre des 20. Jahrhunderts gewann das Internet unter Jugendlichen einen Bedeutungszuwachs von satten 22%, wie die nachfolgende Grafik veranschaulicht.

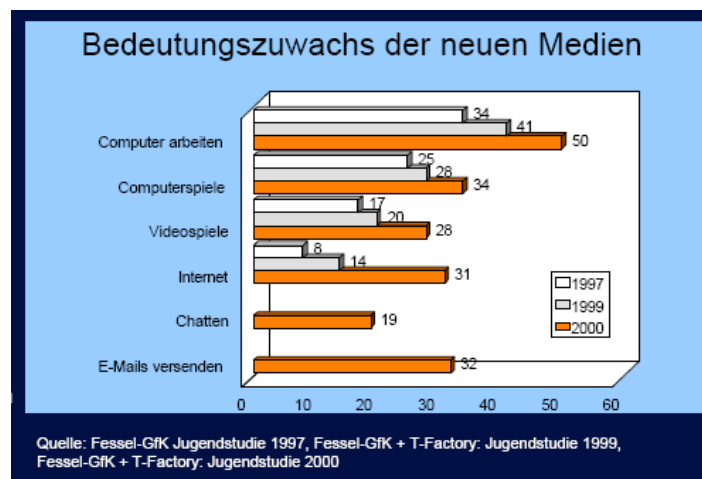


Abbildung 24: Bedeutungszuwachs neuer Medien

(www.mediasearch.orf.at, S.1)

Begründen lässt sich das ganze über die zunehmende Ausstattung öffentlicher wie auch privater Räume mit Internetzugängen. Das belegt eine weitere Studie der Fessel-GfK von 2004, bei der Jugendliche aus dem Bundesland Burgenland gefragt wurden, ob sie

einen Zugang zum Internet haben. Das Ergebnis zeigte im Bezug auf eine Vergleichsstudie aus dem Jahr 2001 deutlich, dass die Netzausstattung generell und ganz besonders in Privathaushalten zugenommen hat.

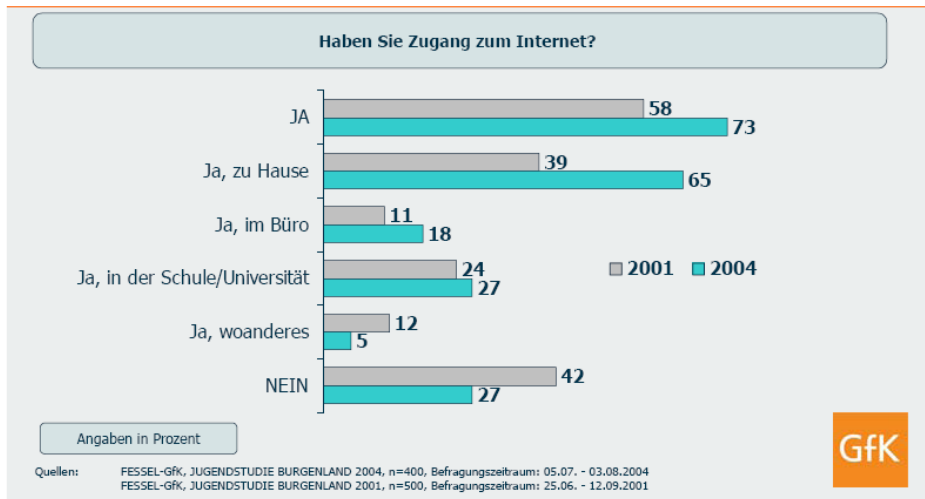


Abbildung 25: Netzausstattung österr. Jugendlicher im Vergleichszeitraum 2001/2004

(Fessel GfK, 2004, S.27)

In diesem Ergebnis lässt sich ein ganz anderer interessanter Zusammenhang im Bezug auf den Kontext des ländlichen Raumes erkennen: Das Burgenland ist weitestgehend eine periphere Region, deren Zentrum „Eisenstadt“ gerade mal rund 13.000 Einwohner hat. Obwohl mehr Jugendliche im Burgenland die Möglichkeit hatten, das Internet zu nutzen als 2001, waren es dennoch 2005 „erst“ bei 73%. Eine Vergleichsstudie aus dem Jahr 2000, die ebenfalls von Fessel-GfK durchgeführt wurde, zeigte, dass in Gesamt-österreich bereits 4 Jahre zuvor 73,5% der Jugendlichen die Möglichkeit hatten auf das Internet zuzugreifen. (Vgl. mediaresearch.orf.at, S.3) Diese Zahlen lassen mutmaßen, dass die Netzausstattung in ländlichen Regionen langsamer vor sich gegangen ist. Diese Vermutung lässt sich durch Zahlen der IDATE-Study zur aktuellen Netzabdeckung verifizieren.

2007				
	Stadt	Vorstädtisch	Land	Gesamt
Österreich	100%	99%	81%	92%
Frankreich	99%	98%	91%	99%
Polen	86%	45%	43%	64%
EU 27 +Norwegen und Island	98%	92%	70%	93%

Vgl. Quelle: IDATE Study „Broadband Coverage in Europe 2008“

Tabelle 5: Breitband-Abdeckung Stadt/Land 2007

(Österreichischer Gemeindebund, 2009, S.2)

Generell lässt sich festhalten, dass sich die Netzausstattung sowohl von Privathaushalten als auch öffentlichen Institutionen seit der Jahrtausendwende rapide entwickelt hat. Parallel ist die damit verbundene Nutzung gestiegen. Das Internet ist laut Christian Stegbauer von einer Expansionsphase in den 1990er Jahren in eine Konsolidierungsphase übergegangen. (Vgl. Stegbauer, 2005, S.337) Diese Feststellung tätigte er im Jahre 2005.

Vergleicht man allerdings die Ergebnisse der JIM-Studie aus diesem Jahr mit jenen aus 2008, lässt sich klar erkennen, dass weiterhin eine Expansion sowohl der Verfügbarkeiten, als auch der Nutzungshäufigkeiten statt gefunden hat. Zum Einen ist in diesem Vergleichszeitraum die häusliche Netzausstattung der Jugendlichen von 89% auf 96% angewachsen, zum Anderen ist, wie die nachfolgenden Grafiken veranschaulichen, die mehrmalige Nutzung pro Woche von rund 60% (2005) auf durchschnittlich 84% (2008) gestiegen. Damit hat sich das Internet im Ranking der am häufigsten genutzten Medien um zwei Plätze verbessert und u.a. das Radio seines Ranges verwiesen. (Vgl MPFS, 2005, S.11; MPFS, 2008, S.11)

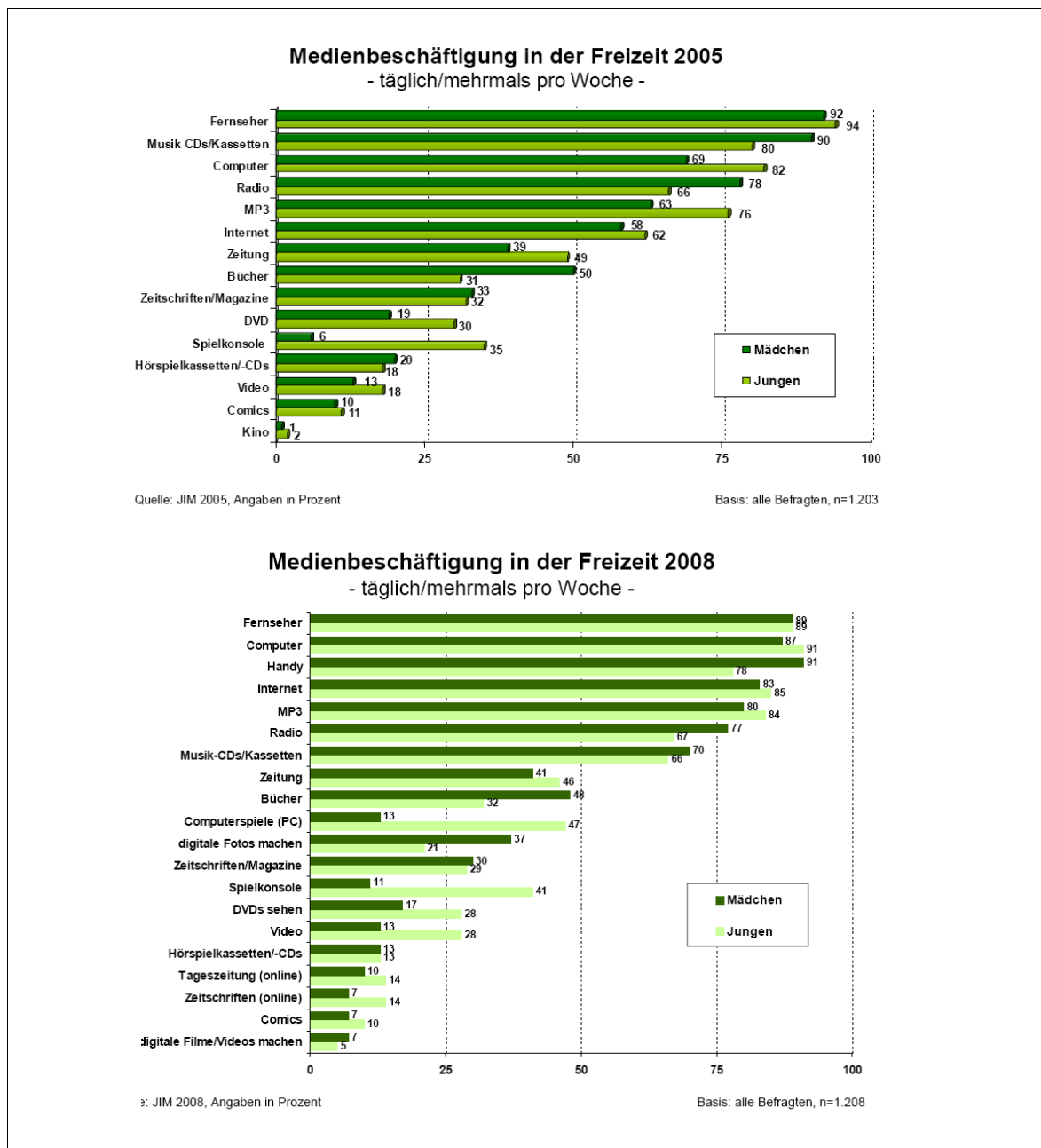


Abbildung 26: Internetnutzungshäufigkeit Jugendlicher im Vergleichszeitraum 2005/2008

(MPFS, 2005, S.11; MPFS, 2008, S.11)

Demnach befindet sich das Internet heute in einer Konsolidierungsphase, die aber mit einer anhaltenden Expansion verbunden ist. Die Frage die sich dabei stellt, ist, ob diese Entwicklung zur Supplementierung oder Komplimentierung anderer Medien führt. Die These der Supplementierung besagt, dass neue Medien „ältere“ im Lauf der Zeit verdrängen. Komplimentierung würde lediglich eine Ergänzung der medialen Angebotspalette bedeuten. Ralf Vollbrecht vertritt die Ansicht, dass vormals

dominierende Medien, wie Fernsehen und Hörfunk, durch das Internet an Bedeutung verlieren. (Vgl. Vollbrecht, 2002, S.11) Diese These bestätigt auch die JIM-Studie.³³

Das Internet stellt vor allem insofern eine „Bedrohung“ für andere Medien dar, als dass es gleiche Möglichkeiten bietet. TV- und Radioangebote können auch online abgerufen werden. Dennoch ist nicht von einer vollständigen Supplimentierung auszugehen. Das Fernsehen hat beispielsweise, wie anfangs angenommen wurde, auch nicht das Kino gänzlich verdrängt, da ein Kinobesuch eigene soziale Funktionen erfüllt.³⁴ Es bleibt aber trotzdem anzunehmen, dass mit dem technischen Fortschritt (z.B. bessere Auflösung virtuell transportierter Videodateien) und der Verschmelzung unterschiedlicher Medien (Mediamatik) das Internet zum meistgenutzten Medium rangieren könnte.

5.3.2 Bedeutung für Jugendliche

Dass die Jugendlichen in unserer Gesellschaft dem Internet eine hohe Bedeutung zumessen, gilt als unumstritten. Sie sind mit der Technologie aufgewachsen und nutzen es heute sowohl in ihrem Schulalltag, als auch in der Freizeit. (Vgl. Ittel/Rosenthal, 2007, S.183; Barthelmes/Sander, 2001, S.121; Pape/Karnowski/Wirth, 2007, S.21; Niesyto, 1991, S.61; Schorb, 1995, S. 69)

Wie die JIM-Studie 2008 zeigt, ist das Internet, zu jenem Medium rangiert, auf das die Teenager am wenigsten verzichten können bzw. wollen. (Vgl. MPFS, 2008, S.16) Auch in diesem Zusammenhang ist ein Vergleich zur den Vorjahresstudien interessant. 2005 nannten erst durchschnittlich 16% der Befragten das Internet als jenes Medium, das sie am schwersten entbehren können. Im Jahr 2006 waren es bereits 3% mehr und 2008 kamen nochmals 10% hinzu. Damit hat das Internet, was die Bindung der Jugendlichen an unterschiedliche Medien betrifft, alle anderen überholt. Auf das Fernsehen können heute mehr Jugendliche verzichten, als auf den Computer und das Internet. (Vgl. MPFS, 2005, S.16; MPFS, 2006, S.17; MPFS, 2008, S.16)

³³ Es wurde bereits aufgezeigt, dass das Internet das Radio in seiner Nutzungshäufigkeit unter Jugendlicher überholt hat.

³⁴ Ein Kinobesuch ist ein außerhäusliches, geselliges und soziales Ereignis.

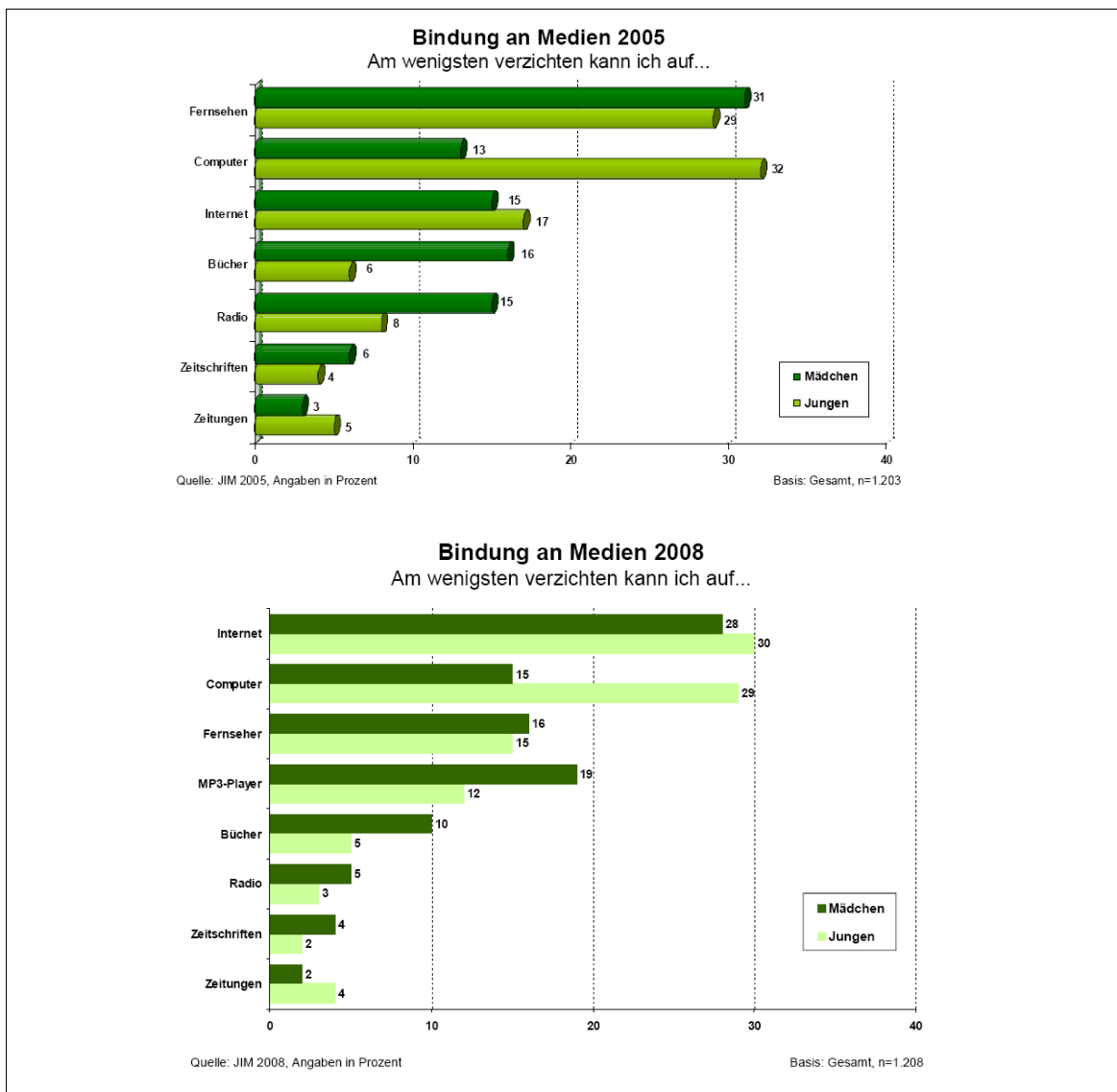


Abbildung 27: Bindung der Jugendlichen an Medien im Vergleichszeitraum 2005-2008

(MPFS, 2005, S.16; MPFS, 2008, S.16)

Dass das Internet gerade für die Jugendlichen einen sehr hohen Stellenwert einnimmt, zeigt auch eine Umfrage von Teletest aus dem Jahr 2005, bei der 2.525 Personen über 12 Jahren zu ihrem Interesse an 49 völlig unterschiedlichen Themen befragt wurden.

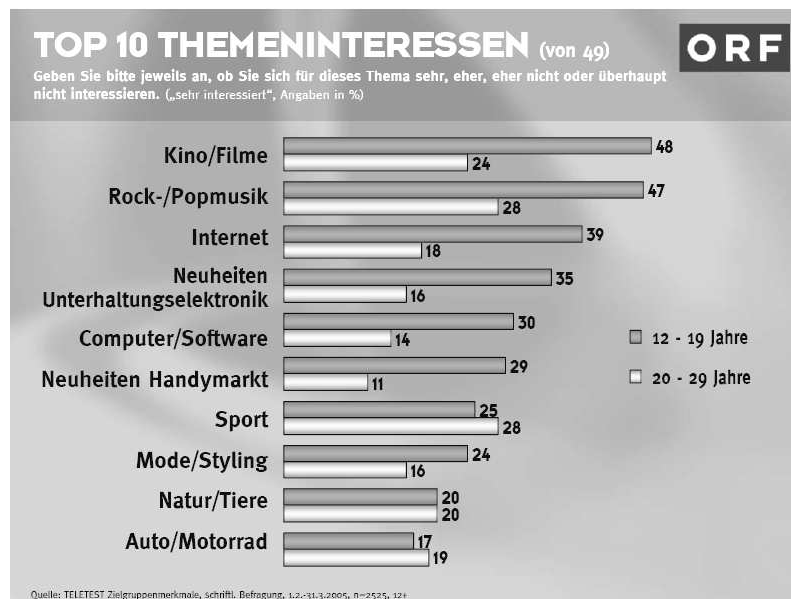


Abbildung 28: Themeninteressen Jugendlicher und junger Erwachsener

(Zehenter, 2005, S.6)

Wie die Grafik zeigt, liegt in der Gruppe der 12-19jährigen das Internet an dritter Stelle. Nur an den Themen „Musik“ und „Filme“ zeigt diese Zielgruppe mehr Interesse. Bei diesem Ergebnis fällt vor allem ein deutlicher Unterschied zu den 20-29jährigen auf, von denen sich nur halb so viele Personen sehr für das Internet interessieren. Das zeigt, dass es vor allem im Teenageralter einen besonderen Stellenwert einnimmt. Eine Begründung ist die Bedeutung der „peer-group“ in dieser Entwicklungsphase. (Vgl. Vollbrecht, 2002, S.4) Das interaktive Medium bietet die Möglichkeit, relativ einfach Kontakte zu Gleichaltrigen herzustellen. (Vgl. Userinnen-Interview, 2007, S.3)

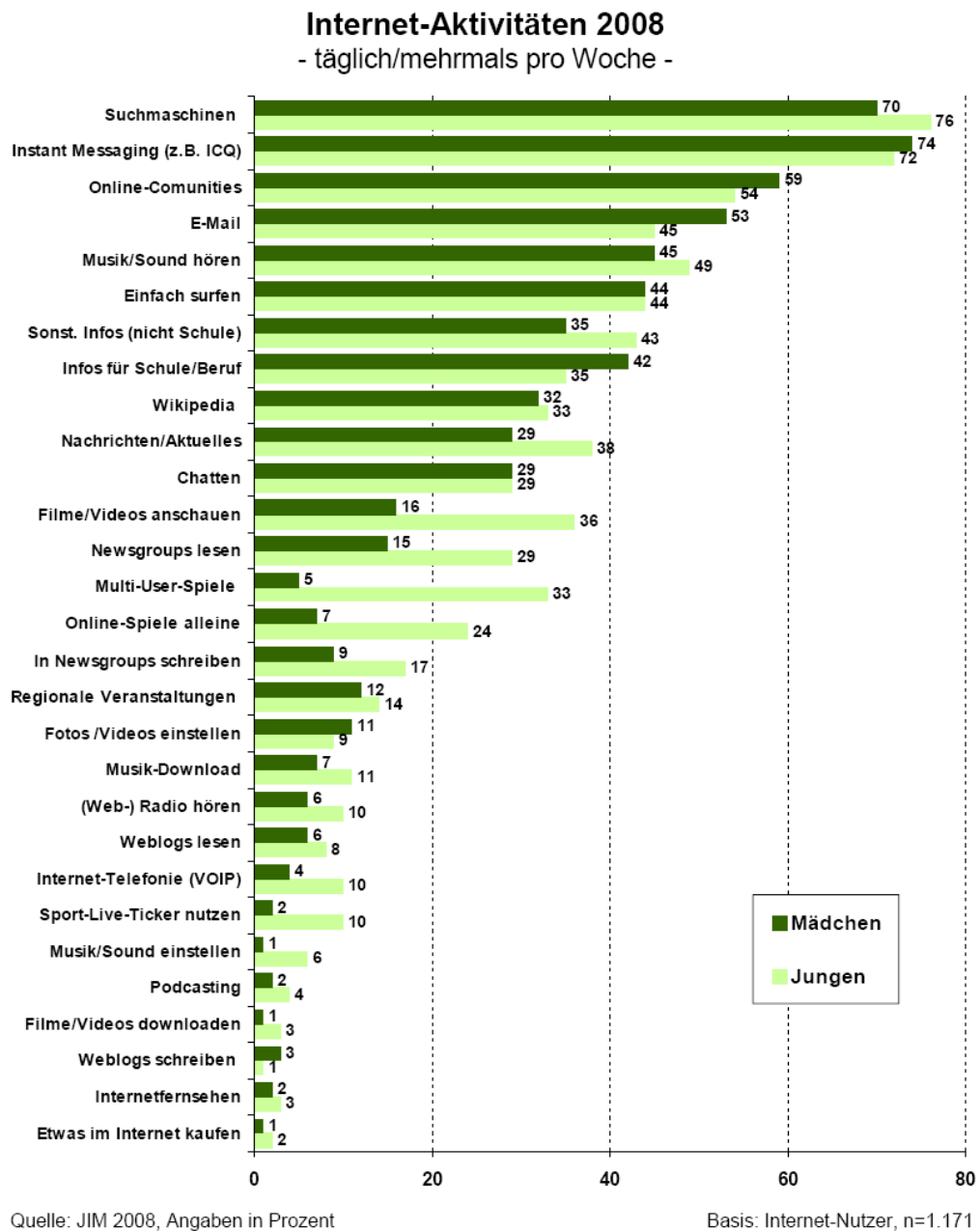
5.3.3 Wie nutzen Jugendliche das Internet

Wie auch bei anderen Medien, unterscheidet sich das Nutzungsverhalten der Jugendlichen von jenem der Erwachsenen. Vor allem im Vergleich zu älteren Personen, haben die Teenager weniger bzw. keine Berührungsängste vor neuen Technologien und beherrschen deren Anwendung sehr gut. (Angerer-Rittmannsberger, 1999, S.64; Vollbrecht, 2002, S.42) Für sie ist der routinierte Umgang mit dem Internet eine Selbstverständlichkeit.

Während erwachsene Personen das Internet eher funktional (z.B. E-Mail Kommunikation oder gezielte Informationssuche) verwenden, sind die Teenager im virtuellen „Raum“, wie auch in der physikalischen Welt, wesentlich experimentierfreudiger. Sie nutzen häufiger Gesprächsforen, Newsgroups und Chats. Auch Multiuser-Spiele gelten als Domäne der Jugendlichen. (Vgl. Vollbrecht, 2002, S.47; Ittel/Rosendahl, 2007, S.187) Dabei legen sie sich meist virtuelle Identitäten zu, die sie zum Bestandteil virtueller Erlebniswelten machen. (Vgl. Vollbrecht, 2002, S.17)

Jugendlichen gefällt insbesondere die Aufhebung realweltlicher Grenzen im virtuellen Raum. (Vgl. Thiedke, 2005, S.339) Damit ist gemeint, dass man im Cyberspace etwa jenseits des in der materiellen Welt festgelegten Status oder Geschlechts agieren kann. Für Jugendliche besteht die Faszination an der virtuellen Welt vor allem darin *„überall zu jeder Zeit sein zu können, alles, was man sich vorstellt auch machen zu können, selbst wenn diese nur virtuell und nicht wirklich ist.“* (Rötzer/Baudrillard, 1993, S.33)

Dabei spielt auch die Möglichkeit der Interaktion mit Anderen eine entscheidende Rolle. Wo wäre das Erlebnis, befände man sich in der virtuellen Welt ganz alleine? Da dem nicht so ist, nutzen Jugendliche das Netz vornehmlich für interaktive Zwecke. (Vgl. Ittel/Rosendahl, 2007, S.187) Wie die nachfolgende Grafik zeigt, werden neben Suchmaschinen, die lediglich dem Auffinden verschiedener Webangebote dienen, in erster Linie „ICQ“ und Online Communities genutzt. Danach folgt die E-Mail Funktion.

**Abbildung 29: Netzaktivitäten Jugendlicher**

(MPFS, 2008, S.49)

Eine Studie von Livingstone und Bober aus dem Jahr 2005 hat gezeigt, dass via Internet vor allem mit Personen kommuniziert wird, die man aus dem realen Leben kennt. (Vgl. Ittel/Rosendahl, 2007, S.185) Gerade Jugendliche schätzen aber auch die Möglichkeit, im Netz (sogar über Ländergrenzen hinweg) neue Bekanntschaften zu knüpfen und

somit ihre sozialen Netzwerke zu erweitern (Vgl. Strobl, 2005, S.25; Vollbrecht, 2002, S.57; Angerer-Rittmannsberger, 1999, S.81; Husmann, 1998)

Da im Internet Statusangaben, wie Kleidung, Accessoires oder Habitus fehlen, können die Jugendlichen ihren InteraktionspartnernInnen auf eine ganz andere Art und Weise begegnen, als es ihnen im realen Leben möglich ist. (Vgl. Vollbrecht, 2002, S.58) Sie können neue bzw. unterschiedliche Selbstdarstellungen und Rollen ausprobieren. Diese Selbstpräsentation vor einer großen (Netz-)Öffentlichkeit hat eine Identitäts-stiftende Funktion. (Vgl. Misoch, 2007, S.165; Vollbrecht, 2002, S.57f)

Während alternative Verhaltensweisen in der realen Lebensumgebung oftmals negative Sanktionierung erfahren, können die Teenager im Netz völlig „angstfrei“ neue Identitäten erproben. Das Internet hat dabei auch einen therapeutischen Nutzen, da Selbstoffenbarung in der belastenden Altersphase „Jugend“ leichter fällt, wenn sie nicht von Angesicht zu Angesicht statt findet. (Vgl. Misoch, 2007, S.179)

Eine andere zentrale Funktion, die Kommunikationsräume wie andere Angebote im Internet für die Jugendlichen erfüllen, ist „Unterhaltung“. (Vgl. Misoch, 2007, S.168; Angerer-Rittmannsberger, 1999, S.87) In der JIM-Studie 2008 (Vgl. Abbildung 29) wurde erhoben, dass neben Suchmaschinen und den zentralen Kommunikationsangeboten (ISQ, E-Mail, Online-Communities) im Netz häufig „einfach gesurft“ oder Musik gehört wird. (Vgl. MPFS, 2008, S.49). In diesem Fall sind die Motive der Nutzung Langeweile (coping) oder Rekreation (Vgl. Kapitel 5.1.3 „Unterhaltungsfunktion“). Wie in Kapitel 1 ausgeführt wurde, dienen aber nicht nur typische Zerstreuungsangebote, wie Online-Spiele der Unterhaltung. Im Prinzip kann jedes Feature zur Unterhaltung (bei Langeweile) genutzt werden.

Ein dritter zentraler Nutzungszweck der Teenager, ist die Informationsfunktion. (Vgl. Angerer-Rittmannsberger, 1991, S.81) In diesem Zusammenhang zeigte die JIM-Studie 2008 (Vgl. Abbildung 29), dass Informationen am häufigsten von der Online-Enzyklopädie „Wikipedia“, wie aktuelle Nachrichtendiensten bezogen werden. (Vgl. MPFS, 2008, S.49)

Aufgrund dieser Erkenntnisse lässt sich die Frage „Wie nutzen Jugendliche das Internet?“ prägnant antworten, anhand der schon mehrfach eingeführten Kategorien:

1. „Soziale Interaktion“

2. „Unterhaltung“

3. und „Information“

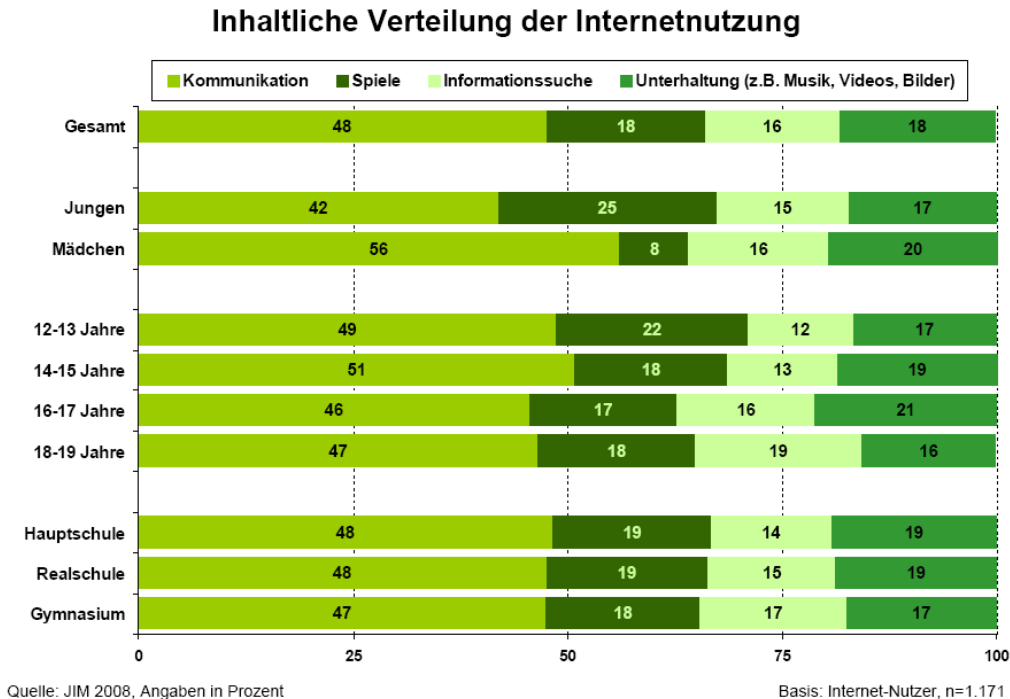


Abbildung 30: Inhaltliche Verteilung der Internetnutzung Jugendlicher

(MPFS, 2008, S.51)

Diese Grafik veranschaulicht die inhaltliche Verteilung der am häufigsten genutzten Angebote. (Vgl. MPFS, 2008, S.51) Rechnet man Online-Spiele der Unterhaltung zu, so zeigt sich klar, dass neben kommunikativen Features, wie Chats oder Online Communities, vor allem auch Unterhaltungsmöglichkeiten, wie Musik- oder Videoplattformen genutzt werden. Die Informationssuche im Internet steht nur an dritter Stelle. Auffällt dabei, dass die Informationsfunktion mit steigendem Alter und wachsender Bildung häufiger genutzt wird.

Ein weiterer äußerst signifikanter Unterschied zeigt sich bei der Nutzung von Kommunikationsangeboten bzw. Spielen nach Geschlecht. Mädchen nutzen das Internet deutlich häufiger zur Kommunikation, während sich die Jungen öfter mit Online-Spielen beschäftigen. Im folgenden Kapitel soll explizit auf geschlechtsspezifische Besonderheiten in der Internetnutzung eingegangen werden.

5.3.4 Geschlechtsspezifische Unterschiede

In den 1990er Jahren wurde das Internet hauptsächlich von Jungen und Männern genutzt. Drei unterschiedliche Studien zur Netznutzung aus dem Jahr 1996 zeigen, dass der Frauenanteil damals bei nur drei bis maximal neun Prozent lag. (Vgl. Batinic/Bosnjak/Breiter, 1997, S.202) Als ein zentraler Grund für diesen Unterschied wurde die geschlechtsspezifische Sozialisation verstanden. Jungen würde dieser These nach von klein auf mehr Begeisterung für Technik „anerzogen“ werden. (Vgl. Schorb, 1995, S.80) Neuere Studien zeigen allerdings, dass die Nutzung betreffend Häufigkeit annähernd gleich geworden ist. Bei der täglichen Nutzung sind aber nach wie vor signifikante Abweichungen zu erkennen. (Vgl. Ittel/Rosendahl 2007, S.188; MPFS, 2008. S.13) Entscheidende Unterschiede gibt es vor allem in der *Art* der Nutzung.

Eine zentrale Begründung für unterschiedliche Nutzungsweisen Jugendlicher ist in der psychischen Adoleszenz beheimatet. Während die Identitätssuche eines Mädchens über seine Beziehung zu anderen erfolgt, geschieht sie bei Jungen durch Abgrenzung von anderen. (Vgl. Giddens, 1999, S.29ff; Ittel/Rosendahl, 2007, S.188) Das spiegelt sich vor allem in der Tatsache wieder, dass Mädchen das Internet lieber zur Kommunikation nutzen. Für die Jungen stehen hingegen Nutzungsmotivationen wie „Unterhaltung“ (z.B. Online-Spiele) oder auch „Avoidande“ (Vermeidung anderer Aktivitäten) im Vordergrund. (Ittel/Rosendahl, 2007, S.188/193ff; Lehmann, 1998, S.336ff)

Frauen nutzen das Internet sowohl zur Kontaktpflege, als auch zum Aufbau neuer Beziehungen. Besonderes Interesse zeigen sie an der Entstehung von *Gemeinschaften*, sowohl im realen Leben, als auch in Online-Communities. (Ittel/Rosendahl, 2007, S.188; Angerer-Rittmannsberger, 1999, S.99) Sie nutzen die interaktiven Möglichkeiten des Internets für intensive Konversationen. Diskussionsgruppen, in denen „viele Worte um nichts“ gemacht werden lehnen sie ab. (Vgl. Lehmann, 1998, S.340)

Männer bzw. Jungen zeigen mehr Interesse an einem spielerischen Umgang mit der Technik und den zahlreichen Unterhaltungsmöglichkeiten. (Vgl. Schorb, 1995, S.80; Ittel/Rosendahl, 2007, S.193ff) Während sie eher „ziellos durch den virtuellen Raum surfen“, nutzen Frauen das Internet wesentlich alltagspraktischer. (Vgl. Lehmann, 1998, S.336; Schorb, 1995, S.80)

„Frauen suchen nach Möglichkeiten zur Vereinfachung von Dingen und es gibt viele Aspekte in ihrem Leben, die durch das Netz vereinfacht werden können.“

(Aliza Sherman, Gründerin der Plattform www.cybergirl.com;

zitiert in: Lehmann, 1998, S.336)

Sie schätzen beispielsweise die nützliche Informations-Funktion oder die Möglichkeit der ortsungebundenen, raschen und kostengünstigen Kommunikation. Für sie nimmt das Internet aber keinen hohen Stellenwert ein.

In der Studie „Jugend Online“ der Fessel GfK wurden 1.000 Österreicher zwischen 14 und 24 Jahren gefragt, welches Medium ihnen persönlich am Wichtigsten ist. Das Ergebnis wies äußerst signifikante geschlechtsspezifische Unterschiede auf. Der Anteil der Männer, die das Internet für das wichtigste Medium halten, liegt um 19% als jener bei den Frauen. (Vgl. Zehenter, 2005, S.9)

5.3.5 Nutzung von Online Communities

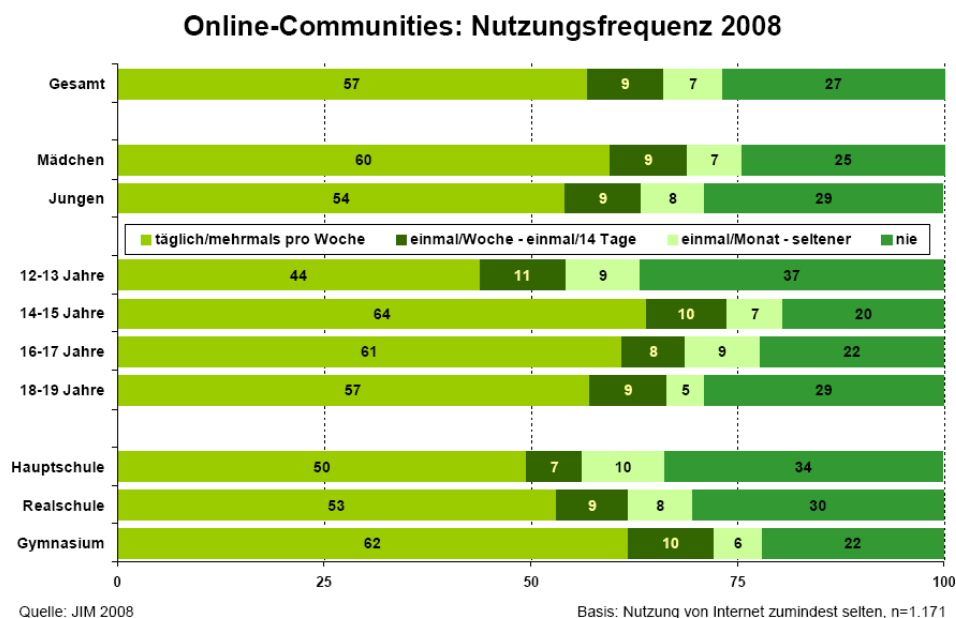


Abbildung 31: Nutzungsfrequenz von Online-Communities

(MPFS, 2008, S.55)

Wie die abgebildete Grafik aus der JIM-Studie 2008 zeigt, nutzen zirka zwei Drittel der Jugendlichen mehrmals pro Woche Online Communities. Signifikant häufiger werden diese von Mädchen genutzt. Aber auch immerhin 63% der männlichen Jugendlichen besuchen mehrmals wöchentlich virtuelle Kommunikationsportale.

Interessant sind auch die altersspezifischen Unterschiede. Die Nutzungshäufigkeit gipfelt im Alter zwischen 14 und 17 Jahren. Danach nimmt die Frequenz wieder deutlich ab. Die hier dargestellte Altersverteilung deckt sich mit jener auf der Plattform „Epos4“ (Vgl. Kapitel 2.3.1.2) Erklären lässt sich das Phänomen über die zunehmende und abnehmende Bedeutung der peer group. Hinzu kommt, dass Jugendliche bis zum 18. Lebensjahr deutlich weniger mobil sind. Wollen sie mit FreundInnen interagieren, können sie dies oftmals nur mittels Kommunikationstechnologien machen.

Hauptgründe, warum Jugendliche Communities und nicht etwa die private E-Mail Adresse zur virtuellen Kommunikation wählen, sind darin zu suchen, dass in virtuellen „Räumen“ Gruppeninteraktion statt finden kann, ferner Informationen über andere Personen eingeholt werden können (zusätzliche Informations-/Unterhaltungsfunktion), man neue Leute kennen lernen kann und die Kontaktaufnahme leichter fällt. (Vgl. MPFS, 2008, S.56)

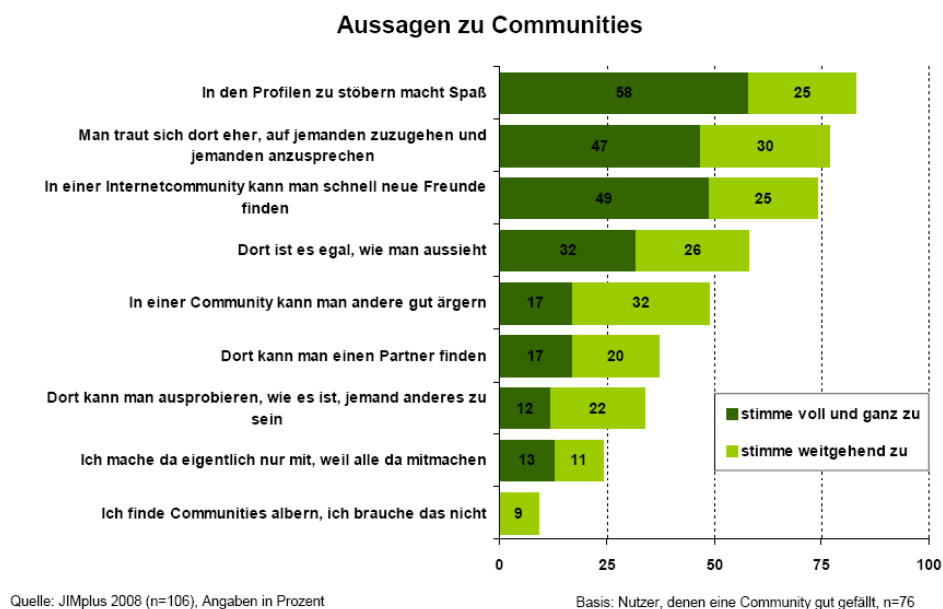


Abbildung 32: Aussagen über Online-Communities 12-29jähriger

(MPFS, 2008, S.56)

Interessant ist, dass normative Einflüsse trotz der Bedeutung der Peer group im Jugendalter, nicht maßgeblich sind für die Beteiligung an Online-Gemeinschaften. Nur ein Viertel der Befragten stimmt der Aussage, dass sie „eigentlich nur mitmachen, weil da alle mitmachen“, voll bzw. weitgehend zu.

Die Nutzung einer virtuellen Community kann also größtenteils als individuelle Entscheidung begriffen werden. Ausschlaggebend für die Nutzung sind vor allem die Eigenheiten virtueller Plattformen (z.B. leichte Kontaktaufnahme zu Fremden), die sie von anderen Kommunikationsdiensten unterscheiden.

Zusammenfassend kann festgehalten, dass Jugendliche das Internet mittlerweile für das unverzichtbarste Medium halten. Sie wissen es sehr vielfältig zu nutzen und bevorzugen dabei vor allem die interaktiven Handlungsmöglichkeiten im virtuellen Raum. Während Mädchen die Kommunikationsfunktion favorisieren, stehen bei den Jungen Unterhaltungsmotive an erster Stelle.

6 Jugendliche im ländlichen Raum

In diesem Kapitel soll der „ländliche Raum“ mit seinen Charakteristiken (im Vergleich zum urbanen Raum) beschrieben werden. Ein besonderes Augenmerk wird dabei auf jene (strukturellen) Eigenheiten gelegt, aus denen Benachteiligungen oder Defizite für junge BewohnerInnen resultieren. Im Anschluss sollen Maßnahmen aufgezeigt werden, mittels derer die schwierige Situation Jugendlicher in ländlichen Gebieten verbessert werden kann.

6.1 Der ländliche Raum

Der Begriff des „ländlichen Raums“ findet sowohl im alltäglichen Sprachgebrauch, wie auch in wissenschaftlichen Arbeiten seine Verwendung. Doch wie lässt sich dieser Terminus definieren? Wo fängt der ländliche Raum an, wo hört er auf? Eine einheitliche Bestimmung oder klare Grenzziehung gibt es nicht. Im Kontext der Arbeit lässt sich aber eine Annäherung von Lothar Böhnisch und Heide Funk heranziehen. Sie beschreiben ländliche Räume als:

„(...) ballungsgebietsabgewandte Räume, das heißt Räume, die nicht im Sog von großstädtischen Ballungsgebieten liegen, also territoriale Eigenräume sind, die auch bei einem Bevölkerungsaustausch mit Ballungsgebieten (Zuzug, Pendeln) sozial und kulturell in ihrer Eigenart nicht nivelliert werden.“

(Böhnisch/Funk, 1989, S.103)

In diesem Begriffsverständnis lässt sich der Raum „Waldviertel (NÖ)“, der im Fokus dieser Studie steht, eindeutig als ein ländlicher begreifen. Während sich andere Gebiete Niederösterreichs wie etwa das Industrieviertel oder das südliche Weinviertel sehr stark im Sog der Großstadt befinden, bleibt das Waldviertel durch seine räumliche Entfernung von Wien und anderen Ballungszentren ein territorialer, wie auch mehr oder minder kultureller Eigenraum.³⁵

³⁵ Ein weiterer Indikator für den „ländlichen Raum“ ist die Bevölkerungsdichte. Diese beträgt im Waldviertel nur ca. 50 Einwohner/km², verglichen mit 4.025 in Wien. (Vgl. de.wikipedia.org 1 / 2)

Innerhalb ländlicher Gebiete gibt es aber ebenfalls große strukturelle Unterschiede. Im Zuge zahlreicher Schul- und Gemeindereformen seit den 60er Jahren, wurden Verwaltung, Bildungswesen und auch regionale Konsummärkte zentralisiert. Im Sinne eines Vergesellschaftungsprozesses sollten dadurch ländliche Räume einander angeglichen werden. Dabei entstanden so genannte „zentrale Orte“ (Böhnisch/Funk, 1989, S.106). Es handelt sich dabei um Klein- und Mittelstädte, die umliegende Gebiete mit Dienstleistungen und Gütern versorgen. (Vgl. Böhnisch/Funk, 1989, S.104ff) Die geographische Entfernung einzelner Dörfer zu diesen Zentren, hat dabei erhebliche Auswirkungen auf die Orte und deren BewohnerInnen. Es kam zu einer „*Verinselung von Lebensräumen innerhalb einer Region*“. (Niesyto, 1991, S.38).

Wie bereits angeschnitten, wurde auch das Schulwesen zentralisiert. Deshalb besuchen heute sowohl Jugendliche aus Kleinstädten, wie auch jene aus abgelegenen Dörfern dieselben Bildungseinrichtungen. Auf diesem Weg entstehen Freundschaften zwischen Personen, deren Wohnorte (weit) entfernt voneinander liegen. Für die städtischen Teenager ist es deshalb oft ebenso schwierig, ihre FreundInnen in der Freizeit zu sehen, wie es für jene aus abgelegenen Gebieten meist der Fall ist.

6.1.1 Zwischen Tradition und Moderne

Trotzdem sich der ländliche Raum nach wie vor soziokulturell vom großstädtischen Raum unterscheidet, haben gesellschaftliche, wirtschaftliche, wie auch politische Veränderungen der letzten fünfzig Jahre das Verhältnis von Stadt und Land zunehmend nivelliert. Vielfach wird diese Veränderung über die urban-industrielle Überformung des ländlichen Raumes beschrieben. Durch diesen Prozess werden nicht nur eigenständige Kulturformen überlagert. Zunehmend geht auch das Zusammengehörigkeitsgefühl verloren und es kommt zur Segmentierung von „Verinselung“ von Lebensräumen. (Vgl. Niesyto, 1991, S.38)

Gerade durch die Verbreitung der modernen Massenmedien dringen urbane Kulturen und Lebensstile in den ländlichen Raum vor. Dort wirkt aber auch das Traditionelle, Dörfliche weiter, was zu einem Spannungsfeld, insbesondere für die Jugendlichen, führt (Vgl. Opaschowski, 2006, S.209; Niesyto, 1991, S.70; Funk, 1993, S.51). Lothar Böhnisch ist deshalb der Auffassung, dass die Jugendlichen aus ländlichen Gebieten in so genannten „*Zwischenwelten*“ leben (Vgl. Böhnisch, 1991, S.13). Einerseits möchten

sie medial übermittelte städtische Lebensformen reproduzieren, unterliegen dabei aber einem ländlichen Normalitätsdruck, der „Andersartigkeit“ nicht zulässt.

Nicht zuletzt deshalb sehen sich junge BewohnerInnen ländlicher Regionen häufig mit der Frage konfrontiert, ob sie in ihrer Heimat bleiben oder diese verlassen. (Böhnisch/Funk, 1989, S.88) Eine Antwort findet sich heute im „Regionalen“, was das „moderne Land“ ausmacht.

6.2 Die Bedeutung der Region

Die Region ist als eine „*Bezugsgröße zwischen Dorf und Stadt (...)*“ zu verstehen (Böhnisch/Funk, 1989, S.117). Sie definiert sich nicht über klare Grenzen oder wirtschaftlich funktionale Zusammenhänge, sondern entsteht vielmehr aus einem Gefühl der Zusammengehörigkeit und Identität, eines gemeinsamen Dialekts und der kulturellen Differenz zum städtischen Raum. (Vgl. Böhnisch/Funk, 1989, S.118; ÖIJ, 2005, S.45ff). Die Rede ist hier also von einem *sozialräumlichen* Begriff der Region. Die Wahrnehmung eines gemeinsamen Lebensraumes wird auch als „*Regionalklima*“ bezeichnet, ein kollektives Lebensgefühl, das von vielen BewohnerInnen eines Gebietes geteilt wird. (Vgl. Böhnisch/Funk, 1989, S.132)

Das Regionalklima und die Identität mit der eigenen Heimat ist unter den NutzerInnen der diskutierten Plattform sehr stark ausgeprägt, wie zahlreiche Kommentare aus dem Umfragearchiv von Epos4 zeigen³⁶. (Vgl. www.epos4.at/ Umfragearchiv, 28.08.2006/ 22.10.2007) Auch eine Studie von Karasz zur Situation Jugendlicher am Land, bei der unter anderem die Gemeinde Geras im Waldviertel untersucht wurde, zeigte, dass dort ein sehr stark ausgeprägtes Regionalbewusstsein und eine starke Bindung an die Heimat vorhanden ist. (Vgl. Karasz, 1983, S.185f)

³⁶ Im Rahmen der „*Umfrage*“ auf der Plattform wurde am 28.08.2006 die Frage gestellt: „In welchem Viertel wohnst du?“ und am 22.10.2007 wurde gefragt: „Was gefällt dir am Waldviertel“. Die unzähligen zum jeweiligen Thema abgegebenen „Posts“ weisen klar auf die Bedeutung der Region für die Jugendlichen hin („*I sog nur ans 1 Wald4tler drei Leit*“; „*Wald-4-tel 4-ever*“; „*WALD4TEL!!!!!!!!!!!!!! ... das schönste Fleckerl auf der ganzen Welt!*“; „*Waldviertel!!!! *so schöööööööön**“; „*do gib I da Recht WALDVIERTEL is supä*“).

Gerade für Jugendliche hat die Region im ländlichen Raum eine wichtige Bedeutung. Sie entwickeln eine *besondere* Perspektive auf Regionalität, die sich deutlich vom eher funktionalen Regionalbezug der Erwachsenen unterscheidet. Die regionale Orientierung stellt für sie eine oder vielleicht auch die einzige Möglichkeit dar, eine eigenständige Jugendkultur zu (re)produzieren, die weder alte Traditionen übernimmt, noch uneingeschränkt urbane Lebensstile kopiert. Regionalität ist demnach als ein konstitutives Element von ländlicher Jugendkultur zu begreifen. Dass man heute überhaupt von einer eigenen Jugendkultur sprechen kann, führt Heide Funk ausschließlich auf eine Regionalorientierung zurück. (Vgl. Böhnisch/Funk, 1989, S.173; Funk, 1993, S. 53 & S.107; Niesyto, 1991, S.14; Scheu, 1991, S.148)

Das Dorf verliert dabei als Lebensmittelpunkt an Bedeutung. Junge DorfbewohnerInnen bekommen heute von den Massenmedien ein Bild vermittelt, das nicht ihren dörflichen Gegebenheiten entspricht. Zudem erfahren sie durch den Besuch von städtischen Bildungseinrichtungen, dass es dort auch „*außerschulische Gelegenheitsstrukturen*“ gibt. Das lässt den eigenen Lebensraum langweilig erscheinen und kann auch zu einem Gefühl der Isolierung führen. Die Jugendlichen stellen deshalb „*(...) an ihre Freizeit >dorf-unübliche< Ansprüche, denen sie außerhalb des Dorfes versuchen gerecht zu werden.*“ (Scheu, 1991, S.143)

So sind vor allem Freundeskreise und Treffpunktstrukturen der heutigen Landjugend im regionalen Nahraum angesiedelt. Denn jugendkulturelle Szenen sind nur außerhalb des dörflichen Milieus zu finden. (Vgl. Niesyto, 1991, S.72) Besonders bei der Freizeitgestaltung an Wochenenden werden deshalb längere Wegstrecken zurückgelegt. Dabei ist vor allem die Disco ein zentraler Kristallisationspunkt. (Vgl. Schimpf, 1991, S.155; Karasz/Rögl, 1983, S.185f). Der „*Mobilitätsradius*“ der Jugendlichen beträgt durchschnittlich 10 bis 50 Kilometer. (Vgl. Böhnisch/Funk, 1989, S.174; Karasz/Rögl, 1983, 185f) Dieses „*„Er-Fahren“ der Region ermöglicht die Befriedigung verschiedener Bedürfnisse: (...) das Treffen von Leuten, die man kennt; das „Dabei-Sein-Wollen“; das „Nichts-Verpassen-Wollen“; (...)*“ (Niesyto, 1991, S.177)

Es ist aber nicht nur der Wunsch nach Kontakt mit den Peers, der die Jugendlichen in ihre regionale Umgebung treibt, sondern vor allem auch das Bestreben, sich von der lokalen Mehrheitskultur abzugrenzen und eigene sozialkulturelle Selbstständigkeit auszudrücken bzw. auszuleben. Sie erleben die Region dabei als einen Raum, den sie

„sich selbst und auf andere Weise aneignen bzw. gestalten können, als dies in der traditionellen Dorfwelt vorgegeben ist.“ (Böhnisch/Funk, 1989, S.173)

Das bedeutet keineswegs, dass sich die Jugendlichen vom ländlichen Raum distanzieren - im Gegenteil, gerade durch diesen Prozess der Sozialraumaneignung entwickeln sie ein Interesse an der Zukunft ihrer Heimatregion. (Vgl. Böhnisch/Funk, 1989, S.134) Um eine „Landflucht“ der Jugend zu verhindern, ist deshalb eine Förderung regionaler Gemeinschaft durchaus sinnvoll. Wichtig ist dabei die Stärkung der Eigeninitiative und gemeinschaftlichen Selbsthilfe durch neue Projekte. Die Jugendlichen sollen dabei auch in der Erprobung neuer Kommunikationsformen unterstützt werden. (Vgl. Böhnisch/Funk, 1989, S.128). Horst Niesyto beschäftigte sich deshalb in einer Studie zum ländlichen Raum mit regionalen Medienprojekten. Dabei zeigte sich, dass vor allem *„ (...) die Chance, sich in verschiedenen Formen auszudrücken und „Bühnen“ der Selbstdarstellung und Selbstinszenierung zu nutzen“* bei den Jugendlichen Anklang fand. (Niesyto, 1991, S.177)

„Zusammenfassend bedeutet das, dass jugendkulturelle Räume und Projekte für Jugendliche und junge Erwachsene im ländlichen Raum sehr deutlich an die Sozialwelt der Region gebunden sind, und somit einen wesentlichen Aspekt >regionaler Reproduktion< für Jugendliche und junge Erwachsene darstellen.“

(Böhnisch/Funk, 1989, S.128)

Die regionale Orientierung ist nicht nur ein jugendkulturelles Phänomen, sondern der „moderne“ Typ der Vergesellschaftung im ländlichen Raum.

6.3 Besonderheiten der Situation Jugendlicher am Land

Früher unterschied sich die „Jugendphase“ am Land sehr stark von der städtischen. Sie diente der Integration in die dörfliche Erwachsenenwelt und orientierte sich wenig an Gleichaltrigen. Das änderte sich in den 50er Jahren, als urban-industrielle Einflüsse die ländliche Gesellschaft erreichten. Die Jugendzeit ist seither auch im ländlichen Raum ein „offener Lebensbereich“ geworden, in dem Peer-Kontakte eine zentrale Rolle einnehmen.

Dennoch gibt es nach wie vor Unterschiede zum städtischen Raum. Jugendliche aus kleinen Gemeinden sind oft noch stärker erwachsenenorientiert, als jene aus Großstädten. Außerdem zeigten Studien, dass es am Land weniger Teilnahme an „herausragenden öffentlichkeitswirksamen jugendkulturellen Stilrichtungen“ (z.B. die Punk-Bewegung) gibt. (Vgl. Niesyto, 1991, S.16) Diese sind aber ein notwendiger Motor für Modernisierung und sozialen Wandel.

Die Teenager haben heute zwar ein starkes Bestreben ihre kulturelle Selbstständigkeit auszudrücken, finden sich aber mit Bedingungen konfrontiert, die es ihnen erschweren.

6.3.1 Strukturelle und soziale Defizite

Eine zentrale und bereits mehrfach angeschnittene Schwierigkeit ist das infrastrukturelle Problem, räumliche Distanzen zu überwinden. Jugendliche wohnen oft weit von regionalen Treffpunkten und Zentren bzw. auch von einander entfernt. (Vgl. Niesyto, 1991, S.75) Gerade die Jüngeren besitzen aber meist noch keinen KfZ-Führerschein. Jene, die bereits einen besitzen, verfügen nicht über das entsprechende Fahrzeug.

An dieser Stelle muss angemerkt werden, dass auch Teenager in großen Städten oft weiter von einander entfernt wohnen und über keine Fahrlizenz besitzen. Ihnen stehen aber U-Bahnen, Schnellbahnen, Straßenbahnen und Busse, die in kurzen-Intervallen fahren, zur Verfügung. Die öffentlichen Verkehrsanbindungen im ländlichen Raum sind hingegen schwach ausgeprägt. (Vgl. Niesyto, 1991, S.38) Diese beschränken sich auf Busse, deren Fahrintervalle oftmals Stunden betragen. Die Akademie für Sozialarbeit des Landes Oberösterreich erhob 1993 in einer Studie, was Jugendliche im ländlichen Ort Gmunden besonders vermissen. Ganz oben standen dabei öffentliche Verkehrsmittel. (Vgl. Akademie für Sozialarbeit des Landes OÖ, 1993)

„Nicht der natürliche Tagesrhythmus, wie gemeinsame Essenszeiten, Schlafrhythmus etc., oder Schul- und Arbeitszeiten bestimmen den Tagesablauf, sondern Busfahrpläne und Fahr-Zeiten.“

(Scheu, 1991, S.46)

Die letzten Busse gehen meist am späten Nachmittag. Spontane Zusammenkünfte nach Feierabend sind für viele deshalb nicht möglich. Wollen sich die Jugendlichen abends mit

ihren FreudInnen treffen, sind sie meist auf andere, vor allem die Eltern oder ältere Geschwister, angewiesen. (Vgl. Gförer, 1991, S.242; Scheu, 1991, S.147f; Niesyto, 1991, S.38)

Während es an Transportmöglichkeiten mangelt, ist Mobilität zugleich eine unabdingbare Voraussetzung am Land. *„Aus- und Einpendeln wird von den meisten Landbewohnern unhinterfragt verlangt, fast schon erzwungen.“* (Scheu, 1991, S.43) Es sind aber nicht nur zentralisierte Strukturen die Mobilität erfordern. Gerade Jugendliche, die Kontakt zu Peers suchen, müssen ihr Dorf verlassen, da es dort schwieriger ist Gleichgesinnte zu finden. (Vgl. Funk, 1993, S.111; Niesyto, 1991, S.24) *„Mobilität ist in diesem Verständnis mehr als das funktional-technische Überbrücken von Entfernung.“* (Niesyto, 1991, S.72) Für die Teenager bedeutet Mobilität aus der Enge ihrer dörflichen Strukturen zu entkommen. Lothar Böhnisch und Heide Funk bezeichnen deshalb das Mofa, das Moped, das Motorrad und das Auto als die *„einschneidenden biographischen Stationen“* junger Menschen im ländlichen Raum. Die Mobilität bestimmt sogar den Status der Jugendlichen. (Vgl. Böhnisch/Funk, 1989, S.173f) Bringfriede Scheu geht so weit zu behaupten, dass sich die gesamte Organisation der Freizeit um den Komplex „Mobilität und Mobil-Sein“ dreht, sogar zum Lebensmittelpunkt der Landjugend wird. (Vgl. Scheu, 1991, S.147)

Dieser Mobilitätswang ist auch mit Kosten verbunden, vor allem mit zeitlichen. Schon eine Bewegung im Umkreis von zwanzig bis dreißig Kilometern³⁷, bedeutet eine Stunde Fahrzeit. Das Freizeitpendeln ist demnach immer auch mit einer Verkürzung der ohnehin begrenzten freien Zeit verbunden. (Vgl. Scheu, 1991, S.143f; Brunmayr, 1994)

Ein weiterer zentraler Grund, der von vielen Jugendlichen Mobilität erfordert, ist der Mangel an Freizeitinfrastruktur in der näheren Umgebung des Wohnorts. Während Stadtbewohner die Ruhe des ländlichen Raumes schätzen, nehmen die ansässigen Jugendlichen ihre Umgebung als langweilig wahr. (Vgl. Niesyto, 1991, S.144) Von einem großstädtischen Freizeitangebot, wie Kinos, Theater, Museen über Sportparks bis hin zu Lokalen oder Einkaufszentren, kann ein Großteil der Landjugend nur träumen. In vielen Orten gibt es gerade einmal ein Dorfwirtshaus. *„Die Jugendlichen bezeichnen*

³⁷ Wie vorhin bereits geklärt wurde, bewegen sich die Jugendlichen oft auch in einem Radius bis 50 Kilometer oder sogar noch weiter.

(...)“ deshalb „(...) ihre Region als ein >Notstandsgebiet< im Hinblick auf die Angebotsstruktur im Bereich Freizeit und Kultur“. (Schimpf, 1991, S.155) Etwas besser sieht die Situation in ländlichen Tourismusgebieten aus. Das Waldviertel ist aber gewiss keine Region, die vom Tourismus lebt.

In der zuvor bereits angeführten Studie der Akademie für Sozialarbeit des Landes Oberösterreich zeigte sich, dass die Jugendlichen neben öffentlichen Verkehrsverbindungen, insbesondere auch sportliche und kulturelle Angebote (u.a. Hallenbad, Reitplatz, Rollschuhpark, Bibliothek oder Kino), sowie Lokale und Treffpunkte ohne Konsumzwang vermissen. Nur die Hälfte der Befragten zeigte sich mit dem Freizeitangebot im Sommer zufrieden, gar nur 19% mit jenem im Winter. (Vgl. Akademie für Sozialarbeit des Landes OÖ, 1993)

Im Winter gestaltet sich die Situation der Jugendlichen im Waldviertel besonders schwierig. Die Region gilt als einer der Kältepole Österreichs, ist aber zugleich kein Wintersportgebiet. Im Freien herumstehen ist zu kalt, öffentliche Einrichtungen sind überwiegend mit Konsumzwang verknüpft. Hinzu kommt noch, dass die Straßen verschneit und vereist sind, was die Mobilität weiter beschränkt.

Nahezu alle Jugendstudien im ländlichen Raum zeigen, dass es ein strukturelles Defizit an jugendspezifischem Freizeitangeboten, „Räumen“ und Anregungsmilieus gibt. *„Der soziale Nahraum der Jugendlichen am Land wird von den Jugendlichen oft als anregungsarm, einengend und kontrollierend empfunden.“* (Niesyto, 1991, S.29) Grund dafür ist, dass regionale Raumordnungspläne an einem technischen Infrastrukturdenken und nicht an den Bedingungen jugendlicher Sozialraumkonstitution interessiert sind.

Ein zentrales Problem dabei ist, dass es an Gestaltungsräumen für eigene Ideen der Jugendlichen mangelt. Die wenigen Jugendeinrichtungen werden meist von der Erwachsenenwelt kontrolliert. Auch die beschränkten Infrastrukturmaßnahmen, die für die Jugend gesetzt werden, werden von Erwachsenen geplant, vollzogen und beaufsichtigt. (Vgl. Niesyto, 1991, S.32/70) Autonomen Aneignungsprozessen wird wenig Spielraum gelassen. Freiräume schaffen sich die Jugendlichen deshalb durch die Wahrnehmung von Freizeitangeboten in der Region. (Vgl. Gförer, 1991, S.242)

Sind auch dort wenige Möglichkeiten vorhanden, kann dies mitunter ein Grund für deviantes Verhalten sein. (Vgl. Säger, 1991, S.121f) Dazu kommt es, wenn man

Jugendlichen nicht die Möglichkeit bietet, eigenständige, alternative Verhaltensmuster auszuprobieren. Abgesehen von dem Mangel an Gestaltungs- und Experimentierräumen, unterliegen die Jugendlichen zudem noch einem ländlichen „Normalitätsdruck“, der Andersartigkeit nicht zulässt. (Vgl. Niesyto, 1991, S.70)

Trotz aller Modernisierungsprozesse, ist in ländlichen Gebieten die Toleranz gegenüber „Neuem“ oder „Fremden“ wesentlich geringer, als es in Großstädten der Fall ist, da die Bewohner und deren Kulturen wesentlich homogener sind. Würde beispielsweise eine muslimische Frau in einem kleinen Ort wohnen und ein Kopftuch tragen, würde nicht nur jeder Bewohner von ihr Notiz nehmen, sie würde wahrscheinlich auch aus der Dorfgemeinschaft ausgegrenzt werden.³⁸

Das führt wieder zurück zu dem eingangs erwähnten Konflikt zwischen Tradition und gesamtgesellschaftlichen Individualisierungstendenzen. Die Jugendlichen, die von den Massenmedien moderne Lebensstile und Rollenbilder vermittelt bekommen, können sie in ihrem Umfeld nicht ausleben, denn abweichendes Verhalten wird von der Dorfgemeinschaft mit Ausgrenzung sanktioniert. Das führt die Jugendlichen, die zugleich noch von der Erwachsenenwelt abhängig sind, in ein Dilemma.

Ein ganz anderes Problem, mit dem junge Menschen am Land konfrontiert sind, ist die schlechte Arbeitsmarktsituation. Sie zwingt die BewohnerInnen oftmals, Arbeitsstellen anzunehmen, die unterbezahlt sind oder nicht ihren Qualifikationen entsprechen. Zudem bewirkt ein genereller Mangel an Arbeitsplätzen hohe Jugendarbeitslosigkeit oder zwingt die Betroffenen zum Auspendeln. (Vgl. Scheu, 1991, S.143) Das Problem beginnt bereits bei der Ausbildung. Empirische Erhebungen belegen, dass die durchschnittliche Ausbildungsdauer in Städten wesentlich länger ist als in kleinen Gemeinden (Vgl. Bundesministerium für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz, 1993, S.32).

³⁸ Rassistisch motivierte Ausgrenzung ist freilich auch (gerade) in Großstädten anzutreffen. Dort ist kulturelle Vielfalt aber ein alltägliches Bild des öffentlichen Raumes. Von „Andersartigkeit“ wird hier weitgehend keine Notiz genommen. Die Ausführung soll keineswegs den Rassismus im ländlichen Raum thematisieren. Die „muslimische Frau“ wird lediglich als Exempel für das „Nicht-Zulassen“ von Andersartigkeit eingeführt.

Aufgrund der unterschiedlichen problematischen Bedingungen, die das Leben im ländlichen Raum mit sich bringt, entschließen sich viele junge LandbewohnerInnen für die Abwanderung. Lothar Böhnisch und Heide Funk unterscheiden deshalb zwischen drei Typen von Jugendlichen am Land (Vgl. Böhnisch/Funk, 1989, S. 188):

1. Die „Dorforientierten“: Sie orientieren sich an den Werten der dörflichen Erwachsenenwelt und nehmen meist auch am örtlichen Vereinsleben teil (z.B. freiwillige Feuerwehr). Sie passen sich durch frühe Berufstätigkeit oder frühe Ehe an.
2. Die „Regionalorientierten“: Ihnen ist es ein Anliegen in ihrer Heimat zu bleiben, sie orientieren sich aber in ihrer Freizeitgestaltung am größeren regionalen Umfeld. Diese Jugendlichen passen sich weniger an und probieren neue Wege des „Anders-Seins“. Dabei kommt es aber oftmals zur Konfrontation mit ihrer Umwelt, die wenig Verständnis für autonome jugendkulturelle Ausdrucksformen aufbringt.
3. Die „Auswanderer“: Wer sich nicht an die Mobilitätszwänge, die geringen Gestaltungsmöglichkeiten und die soziale Kontrolle anpassen möchte, wandert ab. Viele verlassen ihre Heimat auch, um Bildungs- oder Arbeitsangebote in großen Städten wahrzunehmen.

Auch die Region Waldviertel ist sehr stark von der Abwanderungsproblematik betroffen, wie die Grafik in Annex 9.1.3 zeigt.

6.3.2 Geschlechtsspezifische Unterschiede

Da traditionelle Geschlechterrollen im ländlichen Raum noch stärker präsent sind, als in modernen Ballungsgebieten, sind vor allem die weiblichen Teenager stärker benachteiligt. (Vgl. Funk, 1993, S.31ff) Zwar setzen sich auch dort durch massenmediale Vermittlung und wirtschaftliche Veränderungen zunehmend moderne Frauenbilder durch. Dennoch wird der alte Frauenstatus nicht gänzlich aufgehoben. (Vgl. Funk, 1993, S.48f)

„Aus der Sicht der Mädchen setzen sich Bilder über ihre Weiblichkeit aus den gelebten Vorbildern von erwachsenen Frauen, eingebunden in den ländlichen Zusammenhang, und aus den sozial geforderten Idealbildern, sowie den medial vermittelten fiktiven Weiblichkeitsbildern zusammen.“

(Funk, 1993, S.66)

Die Welt, in der die Landjugend heute aufwächst ist nach wie vor eine männerdominierte. (Vgl. Funk, 1993, S.31ff) *„Die Dorföffentlichkeit ist heute noch weitgehend strukturell und traditionell Männeröffentlichkeit“*. (Wahl, 1991, S. 255) Ein Grund, warum Emanzipation hier langsamer vor sich geht, ist der, dass wenig Einsicht und mangelndes Wissen über die Benachteiligung herrscht (Bendrin-Wahl, 1991, S.247)

Ansätze eigener Jugendkultur sind ebenfalls männlich geprägt. (Vgl. Funk, 1993, S.31ff; Säger, 1991, S.112) Die Mädchen orientieren sich an den Jungen, anstatt sich zu solidarisieren und eigene Kulturformen zu schaffen. Oft verhalten sie sich sogar konkurrent zueinander, weil sie wenig Erfahrung mit Geschlechtersolidarität von ihren erwachsenen Vorbildern kennen. (Vgl. Säger, 1991, S.112; Funk, 1993, S.82f; Böhnisch/Funk, 1989, S.81)

Auch das öffentliche Freizeitangebot orientiert sich stärker an männlichen Jugendlichen (Vgl. Brunmayer, 1994; Gförer, 1991, S.242; Huber, 1991, S.230). *„(...)Mädchen fühlen sich durch fehlende Gelegenheiten, ihre Freizeit nach ihren eigenen Wünschen zu gestalten eingeengt.“* (Gförer, 1991, S.242) Für sie sind kaum Einrichtungen oder „Räume“ vorhanden, an denen sie gemeinsam ihre Freizeit verbringen können. (Vgl. Böhnisch/Funk, 1989, S.187; Funk, 1993, S.82ff)

„Mädcheneigene Räume sind im ländlichen Raum immer nur in kleinen Gruppen oder in Freundschaften junger Mädchen zu erschließen.“

(Böhnisch/Funk 1989, S.83)

Sie treffen sich eher in Privathäusern, während die Jungen mehr Räume einnehmen, wie öffentliche Plätze, Sportanlagen oder Lokale. (Vgl. Gförer, 1991, S.242)

Auch was das Ausmaß der Freizeit betrifft, sind die Mädchen aufgrund veralteter Rollenvorstellungen oft noch benachteiligt. Sie werden nämlich stärker in die häuslichen

Pflichten eingebunden und verfügen dadurch über weniger freie Zeit als die Jungen (Vgl. Niesyto, 1991, S.77).

Unterschiede gibt es auch bei der Mobilität. Zwar besitzen heute deutlich mehr Mädchen ein eigenes Kraftfahrzeug, dennoch sind es prozentuell gesehen weniger als bei den Jungen. Grund sind auch hier Geschlechterstereotype. Es wird angenommen, dass die Gefahr einen Unfall zu haben, bei den Mädchen größer sei. Sie sind in ihrer Mobilität häufig abhängig, nicht nur von der Familie, sondern auch von den Jungen, wodurch der Status der Mädchen weiter sinkt. (Vgl. Böhnisch/Funk, 1989, S.178 Funk, 1993, S.108; Schimpf, 1991, S.155; Opaschowski, 2006, S.115)

Eine weitere soziale Benachteiligung macht sich im verstärkten Normalitätsdruck auf Mädchen bemerkbar. „Unerwünschtes“ Verhalten, wie zum Beispiel Alkoholkonsum oder sexuelle Freizügigkeit, wird bei ihnen weniger toleriert als bei den Jungen. Auch hier wirken überholte Rollenbilder. (Vgl. Funk, 1993, S.82 ff; Böhnisch/Funk, 1989, S.81; Wahl, 1991, S.247; Gförer, 1991, S.238)

Jungen werden hingegen in die traditionell patriarchalische Männerrolle hineingetrichtert. Diese ist gekennzeichnet durch die Ideologie des „Frei-Seins“ und „Selbständig-Seins“. „Man(n) ist sein eigener Herr.“ Das macht wahre Freundschaft unter Männern schwierig. Häufig stehen sie sogar in Konkurrenz und Wettkampf zueinander. Gemeinschaft äußert sich meist nur in Ritualen, wie etwa gemeinsamem Alkoholkonsum. (Vgl. Böhnisch/Winter, 1990, S.115; Bendrin-Wahl, 1991, S.255ff) Über Probleme wird dabei nicht gesprochen, weil dies nicht als männlich gilt.

Peter Wahl ist der Meinung, dass das Phänomen des ländlichen Raums, dass latente Konflikte und Widersprüche keine Öffentlichkeit finden bzw. nicht ans Licht kommen, auf das allgemeine Normalitätstabu der Männerrolle zurückzuführen ist: *„Sprachlosigkeit als sowohl ländliches als auch männliches Phänomen (...)“* (Wahl, 1991, S.264)

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass trotz vielfacher Modernisierungsprozesse im ländlichen Raum, traditionelle Rollenbilder nach wie vor wirken, wodurch unterschiedliche Ausgangssituationen für Mädchen und Jungen geschaffen werden. Junge Frauen sind in *vielen* Bereichen benachteiligt.

6.3.3 Der ländliche Kommunikationsraum im Vergleich zum urbanen Kommunikationsraum

„Die größten Defizite für Jugendliche am Land finden sich in der sozialen und kommunikativen Infrastruktur“

(Niesyto, 1991, S.70)

Ottfried Jarren definiert einen Kommunikationsraum als die *„Überbrückung von unterschiedlichen Distanzen (wie Raum, Zeit oder Status) zwischen Menschen mittels materieller und symbolischer Interaktion.“* (Jarren, 1986, S.299) Er verweist dabei darauf, dass der Begriff nicht nur einen Raumbezug, sondern vor allem einen Sozialbezug hat. In beidem unterscheidet sich der ländliche Kommunikationsraum vom urbanen. Um die Unterschiede herausarbeiten zu können, soll deshalb auch die Situation in Metropolen betrachtet werden.

Im modernen urbanen Kommunikationsraum stehen durch eine hohe Bevölkerungsdichte und kulturelle Vielfalt, wesentlich mehr unterschiedliche Kommunikationspartner zur Verfügung. (Vgl. Niesyto, 1991, S.42f) Der Soziologe Richard Sennett ist der Meinung, dass genau das die Menschen in eine Orientierungslosigkeit führt. Anstatt die Vielzahl der Möglichkeiten zu nutzen, ziehen sie sich in „kleine überschaubare Einheiten“ zurück. Der öffentliche Raum wird zur Durchgangspassage zu „kleinen Festungen“, in der sich einander anonyme Personen begegnen und zugleich ignorieren. Das macht es schwieriger Vertrauensbeziehungen aufzubauen und verringert die Anteilnahme am Schicksal der Nächsten (Vgl. Schroer, 2005, S.255ff; Gräf, 1997, S.107) Viele StadtbewohnerInnen schätzen aber gerade die Möglichkeit, sich anonym im öffentlichen Raum zu bewegen.³⁹ (Vgl. Niesyto, 1991, S.42)

Mit abnehmender Einwohnerzahl eines Ortes, sinkt die Anonymität der BewohnerInnen. *„Dörfer erweisen sich als eine einzige Mikrowelt, in der alle mit allen über direkte oder*

³⁹ Da persönliche Netzwerke im urbanen Raum der Tendenz nach partialisiert sind, müssen die Personen nicht befürchten, dass Informationen über ein Verhalten in einer bestimmten Mikrowelt in eine andere diffundieren. (Vgl. Gräf, 1997, S.106f.) Ein Beispiel hierfür wäre: Wenn sich jemand mit seinem Freundeskreis stark betrinkt, werden die ArbeitskollegInnen nichts davon erfahren. Im dörflichen Milieu, wo jeder jeden kennt, wäre die Gefahr wesentlich höher.

indirekte Beziehungen mit einander verbunden sind." (Gräf, 1997, S.107) Ein Rückzug ins Private ist am Land deshalb gar nicht auf dieselbe Art und Weise möglich wie es im Urbanen Raum der Fall ist. Die Über- und Durchschaubarkeit dörflicher und kleinstädtischer Lebensverhältnisse führt zu einem intensiven „Von einander Wissen“ und sozialer Nähe. Das gibt einerseits ein Gefühl der Geborgenheit und Sicherheit in der Gemeinschaft, kann aber auch als Kontrolle, gar Bedrohung des Individuums empfunden werden. (Vgl. Niesyto, 1991, S.43f)

Gerade Jugendliche werden von dieser Situation kontrolliert. (Vgl. Niesyto, 1991, S.21) Da jeder jeden kennt, „muss“ man sich anpassen, um nicht ausgegrenzt zu werden. Dieses immer wieder informell hergestellte Normalitätsmittel lässt alternative Verhaltensmuster kaum zu. Daraus erklärt sich auch der kulturelle Immobilismus bzw. langsam voran schreitende Modernisierungsprozess ländlicher Gebiete. (Vgl. Niesyto, 1991, S.46)

Ein Veränderungspotential für das Verhältnis von Nähe und Distanz, Privatheit und Öffentlichkeit erkannte Horst Niesyto bereits 1991 in der Einführung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien im ländlichen Raum. Sie stellen eine völlig neue Stufe der Modernisierung dar. (Vgl. Niesyto, 1991, S.60) In einer historisch angelegten Studie konnte nachgewiesen werden, dass Medien den Zerfall des ländlichen Sozialgefüges begünstigen bzw. beschleunigen. (Vgl. Niesyto, 1991, S.29)

6.4 Die Bedeutung von Medien für Jugendliche im ländlichen Raum

Landjugendforschung setzt sich nur marginal mit dem Thema „Mediennutzung“ auseinander, obwohl Medien einen zentralen Bestandteil jugendlicher Alltagswelten darstellen. Gerade im ländlichen Raum sind sie eine wichtige Möglichkeit, Distanzen zu überbrücken und somit die Jugend „dorfunabhängig“ zu verbringen, ohne den ländlichen Raum verlassen zu müssen. (Vgl. Niesyto, 1991, S.16)

Sie ermöglichen nicht nur Kommunikation über Distanzen, sondern dienen auch als „Ersatzräume“ in anregungsarmen Umgebungen. Mediale Beschäftigung wirkt Langeweile entgegen und lässt die Teenager „etwas erleben“, was in ihrer realräumlichen Umgebung nicht möglich ist. Das belegen z.B. Studien zur Fernsehnutzung Jugendlicher,

die gezeigt haben, dass Vielseher vor allem in peripher gelegenen Gemeinden zu finden sind. (Vgl. Niesyto, 1991, S.75)

Medien sind auch ein elementarer Bestandteil der Freisetzung von Jugendkultur. Sie dienen als Mittel, sich über die Starre der traditionellen Lebensführung hinweg zu setzen und alternative „Erfahrungen“ zu machen. Die Massenmedien zeigen den Jugendlichen moderne Lebenswelten, die sie aus ihrer dörflichen Umgebung nicht kennen. (Vgl. Niesyto, 1991, S.19ff, 76ff)

Kommunikative Medien helfen ihnen beim Aufbau jugendkultureller Szenen. Gleichgesinnte aus verschiedenen Orten einer Region, können mittels Medien jugendkulturelle Veranstaltungen und Treffpunktstrukturen großräumig kommunizieren. (Vgl. Niesyto, 1991, S.19ff, 76ff)

„Generalisierend kann die These aufgestellt werden, dass vor allem regional orientierte Jugendliche in Medien eine wichtige Möglichkeit sehen, kulturelle Selbstständigkeit (...) zu entwickeln.“

(Niesyto, 1991, S.78)

Da Medien generell im Alltag von Jugendlichen eine zentrale Rolle einnehmen, plädiert Horst Niesyto dafür, dass sie insbesondere in der Landjugendforschung *„als kategorialer Bestandteil des kulturellen Vergesellschaftungsprozesses von Jugendlichen entwickelt und auf das landspezifische Paradigma ihres Hypothesenzusammenhanges bezogen werden.“* (Niesyto, 1991, S.20)

Genau das soll im Kontext dieser Arbeit geschehen. Zunächst soll allerdings noch aufgezeigt werden, welche Maßnahmen die Situation Jugendlicher im ländlichen Raum verbessern können.

6.5 Förderung Jugendlicher und der Jugendkultur im ländlichen Raum

Da die Bedingungen für Jugendliche im ländlichen Raum sind in vielerlei Hinsicht problematisch sind, stellen AutorInnen, die sich mit der Thematik auseinander setzen,

immer wieder die Frage, wie man die Teenager fördern bzw. ihre Situation verbessern kann. Eine Antwort finden sie in Form von Prämissen an eine ländliche Jugendarbeit.

Im Kontext der Arbeit sind diese Erkenntnisse von Interesse, weil sich daraus Schlüsse ableiten lassen, inwiefern eine virtuelle Plattform zur Verbesserung beitragen kann. Deshalb sollen zunächst die Maßnahmen der Jugendarbeit erläutert werden, um anschließend darstellen zu können, inwieweit die Plattform „Epos4“ selbst eine Förderungsmaßnahme darstellt.

6.5.1 Jugendarbeit im ländlichen Raum

Früher war Jugendarbeit dahingehend konzipiert, junge Menschen in das bestehende System zu integrieren, indem traditionelle Werte gestärkt und Tugenden propagiert wurden. Dabei wurde wenig auf die Interessen der Jugendlichen eingegangen. Moderne Jugendarbeit hat das Ziel, die Teenager in ihrer Persönlichkeitsentfaltung und Identitätsentwicklung zu unterstützen. Sie versucht Emanzipation, Autonomie und Kritikfähigkeit zu fördern.

Dabei wird nach folgenden Prinzipien gearbeitet:

- Freiwilligkeit
- Flexibilität, Offenheit & Spontanität (Vgl. Schilling, 1991, S.28)
- Abwechslung & Methodenvielfalt (Vgl. Schimpf, 1991, S.168ff; Schilling, 1991, S.28)
- Partizipation: Die Jugendlichen sollen selbst mitarbeiten/-gestalten (Vgl. Schimpf, 1991, S.166)
- Rücksichtnahme auf die Bedürfnisse der Jugendlichen (Vgl. Damm, 1980, S.81; Schimpf, 1991, S.152)

Dass Jugendarbeit gerade im ländlichen Raum eine besondere Notwendigkeit darstellt, haben Studien zur „Landflucht“ gezeigt. Diese ist nicht nur durch die schlechte Arbeitsmarktsituation bedingt, sondern ist in erster Linie ein soziokulturelles Problem. Um der regen Abwanderung entgegenzuwirken, müssen entsprechende Maßnahmen gesetzt werden. Hier spielt die *Region* eine wichtige Rolle. Jugendarbeit am Land versteht sich heute als „*Medium einer regionalen Infrastruktur*“. (Vgl Böhnisch/Funk,

1989, S.134f) Regionale Jugendarbeit ist dabei ein Teil der kulturellen Regionalentwicklung im Allgemeinen. (Vgl. Böhnisch/Winter, 1990, S.187ff) Ihr Ziel soll es sein, regionale Strukturen aufzubauen bzw. vorhandene zu stützen. (Vgl. Böhnisch/Funk, 1989, S.134f)

Die wichtigsten Maßnahmen einer regionalen Jugendarbeit sind:

6.5.1.1 Schaffung von jugendeigenen „Räumen“

Wie bereits ausführlich erörtert wurde, mangelt es den Jugendlichen an Gelegenheitsstrukturen, wo sie ihre Freizeit verbringen können. Somit ist es wichtig, anregungsreiche Räume und Experimentierfelder zu schaffen. Deren Gestaltung und Nutzung solle den Jugendlichen selbst überlassen werden. (Vgl. Böhnisch/Winter, 1990, S. 99ff; Böhnisch/Münchmeier, 1990, S.15/66; Schimpf, 1991, S.168f; Niesyto, 1991, S.84) So bekommen die Jugendlichen die Chance, zwanglos an einem Ort zusammen zu kommen, wo sie nicht der Kontrolle der Erwachsenenwelt ausgesetzt sind. Dort können sie neue Rollen erproben, lockere & unverbindliche Beziehungen eingehen und Gefühle bzw. Protest artikulieren (Vgl. Schimpf, 1991, S.168f; Böhnisch/Winter, 1990, S.100; Schilling, 1991, S.28; Niesyto, 1991, S.84)

Nach Horst Niesyto können „Räume“ hier auch im übertragenen Sinne begriffen werden. In diesem Verständnis können auch Medien Orte für Artikulation, freies Experimentieren und Selbstbehauptung sein. (Vgl. Niesyto, 1991, S.84)

6.5.1.2 Unterstützung der regionalen Kulturszene durch Förderung von eigen initiierten Projekten

Die ländliche Kulturszene soll dahingehend unterstützt werden, dass sie sich erweitern und ausdifferenzieren kann. (Vgl. Schimpf, 1991, S.153) Da diese von den Jugendlichen selbst (re)produziert wird, gilt es, eigen initiierte Projekte zu unterstützen. Förderung soll hier nur in Form von Ideen und Impulsen stattfinden, um das freie Experimentieren der Jugendlichen nicht zu behindern. (Vgl. Böhnisch/Funk, 1989, S.127; Böhnisch/Münchmeier, 1990, S.159; Schimpf, 1991, S.168f; Niesyto, 1991, S.79f; Bundesministerium, 2003, TeilB, S.19)

Elke Schimpf hat in einer explorativen Studie kulturelle Projekte von Jugendlichen zwischen 17 und 23 in ländlichen Gebieten hinsichtlich ihres Beitrages zur Lebensbewältigung untersucht. Dabei kam sie zur Erkenntnis, dass vor allem *eigen initiierte* kulturelle Projekte wichtige Funktionen für die Jugendlichen erfüllen. Sie sind (Vgl. Schimpf, 1991, S.167):

- Medien der Aneignung von Räumen
- Medien der regionalen Orientierung und Verortung
- Medien der Entwicklung eines anderen Verhältnisses zu den Eltern und älteren Personen
- Bedeutsame Erfahrungsmöglichkeiten.
- Ausdrucksmittel von Träumen und Wünschen nach anderen Lebensformen
- Mittel, dem Normalitätsdruck zu entkommen
- Mittel zur Identitätsfindung
- Einflussfaktor auf ihre Arbeits- und Zukunftspläne

Ein Aspekt, den auch Elke Schimpf dabei besonders hervorhebt, ist die „regionale Orientierung und Verortung“. Durch Kulturprojekte können die Jugendlichen ihre „Dorfunabhängigkeit“ und überregionale kulturelle Zusammengehörigkeit ausdrücken. Sie können sich als Gruppe „zeigen“ und so einen regionalen Status erwerben. (Vgl. Schimpf, 1991, S.168ff; Schnoor, 2007, S.212; Niesyto, 1991, S.79f)

„Die mit der Erfahrungsproduktion verbundenen Interaktionssituationen in der Gruppe und im sozialen Nahraum greifen in soziale Beziehungen ein und verändern sie. Das Erstellen von Eigenproduktionen konstituiert damit neue Erfahrungszusammenhänge.“

(Böhnisch/Münchmeier, 1990, S.159)

Norbert Säger hat sich ebenfalls mit Kulturprojekten Jugendlicher im ländlichen Raum beschäftigt. Gemeinsam mit Helmut Arnold hat er qualitative Leitfadeninterviews mit Mitgliedern von 21 regionalen Alternativprojekten und Initiativgruppen geführt. (Vgl. Säger, 1991, S.94ff) Dabei kamen sie zur Erkenntnis, dass sich vor allem Jugendliche, die eine Abwehrhaltung gegenüber dem System haben, weil ihre Art zu Leben von der Umgebung nicht akzeptiert wird, vorzüglich an derartigen Projekten beteiligen (Vgl. Säger, 1991, S.96) Außerdem fanden sie heraus, dass vor allem jene Projekte eine

Anziehungskraft auf die Teenager ausüben, bei denen unverbindliche Kontakte eingegangen werden können. (Vgl. Säger, 1991, S.94/191)

6.5.1.3 Förderung durch Vernetzung & Medien

Jugendarbeit muss konkrete Jugendräume schaffen, aber auch Räume im lokalen und regionalen Umfeld erschließen und vernetzen. (Vgl. Böhnisch/Winter, 1990, S.99; Niesyto, 1991, S.19) Nur so können Jugendliche einer Region zusammengeführt werden bzw. kann regionale Jugendkultur entstehen.

Eine Vernetzung soll nach Lothar Böhnisch und Reinhard Winter über regionale Jugendmedien, wie „Szenezeitungen“ oder Regional-Sender, die *„Provinz- und Regionalkultur“* weitergeben, geschehen. Durch solche Medien lassen sich etwa größere Jugendveranstaltungen organisieren bzw. kommunizieren, bei denen Bewohner aus verschiedenen Orten zusammenkommen. Derartige Projekte sollen von der Jugendarbeit gefördert werden, weil sie ein positives Regionalbewusstsein fördern können. (Vgl. Schnoor, 2007, S.212/221)

„Eine solche Jugendarbeit vermittelt den Jugendlichen, dass das Leben auf dem Land etwas „Eigenartiges“, Eigenwertiges ist – auch vor dem Horizont der medienbeherrschenden urbanen Kultur.“

(Böhnisch/Winter, 1990, S.192)

Horst Niesyto hat sich vor allem mit dem Nutzen einer *„aktiv-produktiven Medienpädagogik“* im ländlichen Raum auseinandergesetzt und dabei folgende positive Effekte für die Jugendlichen herausgearbeitet (Vgl. Niesyto, 1991, S.28f/66ff/78ff):

- Medien können Ersatzräume in anregungsarmen Umgebungen sein.
- Sie fungieren als *„Raum- und Zeitüberbrücker in segmentierten Lebenswelten“*
- Sie erfüllen für die Jugendlichen auch eine entlastende und kompensatorische Funktion.
- Durch Medien können alltägliche Erfahrungen über das Leben in „zwei Welten“ aufgearbeitet werden. Dadurch kann die Alltagsrealität besser bewältigt werden.
- Verengte Wahrnehmungsweisen und Erfahrungshorizonte können durch Medien erweitert werden.
- Sie helfen dem Normalitätsdruck der ländlichen Sozialkontrolle zu „entfliehen“.

- Medien verschaffen kollektive Erfahrungsbereiche und Handlungssituationen und stärken so das Zusammengehörigkeitsgefühl und die Stabilität von Gruppen bzw. Cliques.
- Sie stellen eine Anregung zur Selbstdarstellung dar. Die Jugendlichen finden über mediale Eigenpräsentation einen Zugang zu Selbstbildern und Selbsteinschätzungen.
- Werden die Ergebnisse gemeinsamer Eigenproduktionen in regionalen Öffentlichkeiten gezeigt, kann jugendkulturelle Selbstständigkeit behauptet werden.

Wie Medienpädagogik die Lebenslage junger LandbewohnerInnen positiv fördern kann, soll folgendes abschließendes Zitat verdeutlichen:

„Die Herausbildung eines realitätsgerechten Selbstbildes und jugendkulturellen Selbstständigkeitsstreben sind ohne Erfahrung mit Gleichaltrigen-Gruppen und ohne Aneignung sozialer Nahräume nicht möglich. Medien können als immaterielle Wirklichkeitskonstruktionen soziale und gegenständliche Aneignungsformen nicht ersetzen. Eine aktive, lebensweltorientierte Medienarbeit kann jedoch dazu beitragen, dass unvermittelte Nebeneinander von Medienrealitäten und sozialem Nahraum produktiv zu verarbeiten und als symbolische Umweltaneignung Brücken zur Wiederaneignung der Lebenswelt zu schlagen.“

(Niesyto, 1991, S.78)

6.5.1.4 Förderung der weiblichen Jugendlichen

Wie erörtert wurde, sind die zentralen Probleme von Mädchen im ländlichen Raum, stereotype Rollenanforderungen, fehlende „Räume“ und oftmals mangelnde Solidarität untereinander.

„Es besteht also die Aufgabe, Strukturen für die Begegnung unter Frauen (erst) wieder herzustellen.“ (Funk, 1993, S.64; Vgl. auch: Kromer, 1992, S.42ff; Böhnisch/Funk, 1989, S.83f; Bendrin-Wahl, 1991, S.53) Durch die Schaffung mädcheneigener Räume bekommen die weiblichen Jugendlichen die Chance, Solidarität untereinander zu

erlernen und sich selbst zu thematisieren, „(...) dass sie sich nicht nur immer im Kontext einer kontrollierten Selbstdarstellung definieren müssen.“ (Böhnisch/Funk, 1989, S.83; Vgl. auch: Funk, 1993, S.69)

Gerade für Mädchen ist die informelle Kommunikation ein zentrales Element ihrer Identitätsfindung. (Vgl. Huber, 1991, S.223) Es gilt also Strukturen zu schaffen, die es ihnen ermöglichen, sich unverbindlich zu treffen und untereinander auszutauschen. (Vgl. Bendrin-Wahl, 1991, S.253) Diese Interaktion ermöglicht es Mädchen und jungen Frauen moderne Weiblichkeitsbilder, jenseits der traditionellen Rollenklischees, zu diskutieren bzw. zu leben und ist somit ein wichtiges Element für ihre Emanzipation.

7 Die Nutzung von „Epos4“ im sozialräumlichen Kontext

In diesem Kapitel soll durch eine Verknüpfung der bisher angestellten Überlegungen erklärt werden, inwiefern der sozialräumliche Kontext, konkret die Gegebenheiten des ländlichen Raumes, die Nutzung der Plattform „Epos4“ bzw. allgemein gesprochen die Nutzung einer regionalen Online-Jugendcommunity begünstigen können. Zuvor soll der relevante Forschungsstand aufgezeigt werden.

7.1 Relevanter Forschungsstand

Wie eingangs erwähnt, konnten in der Literaturrecherche zur Internetforschung keine expliziten Auseinandersetzungen mit dem Phänomen lokal genutzter Internet-Communities gefunden werden. Eine Abhandlung des Sachverhaltes erfolgt, wenn überhaupt, meist nur in wenigen Zeilen. In den meisten Studien wird behauptet, dass regionale Kommunikationsseiten, dem Grundgedanken des Internets widersprechen, weil geografische Bezüge im virtuellen Raum keine Bedeutung besäßen. Wie erklärt sich aber die überdurchschnittlich hohe Beteiligung an ein und demselben Webangebot binnen eines begrenzten Realraumes?

Joachim Brunold erkannte zumindest, dass regionale Netzgemeinschaften zunehmend an Bedeutung gewinnen. Allerdings führt er nicht weiter aus, wie sich diese These begründen lässt.

„Trotz des auf lokaler Ebene einfacheren persönlichen Kontakts bietet aber der Informationsaustausch über das Internet für die Mitglieder doch so deutliche Vorteile, dass solche Gemeinschaften in Zukunft eine immer größere Rolle spielen werden.“

(Brunold/Merz/Wagner, 2000, S.36)

Dass regionale Communities bedeutsamer werden, belegt auch die aktuelle JIM-Studie aus 2008. Mittels „offener Nennungen“ wurde erhoben, welche Chaträume die Jugendlichen bereits besucht haben. (Vgl. MPFS, 2008, S.52) Dabei landeten „regionale Chatrooms“ auf dem vierten Platz. Diese wurden zwar nur von 5% der Mädchen und 3%

der Jungen genannt. Dennoch ist die Tatsache, dass sie bei freien Nennungen und der Fülle virtueller Angebote überhaupt aufscheinen, durchaus aussagekräftig.

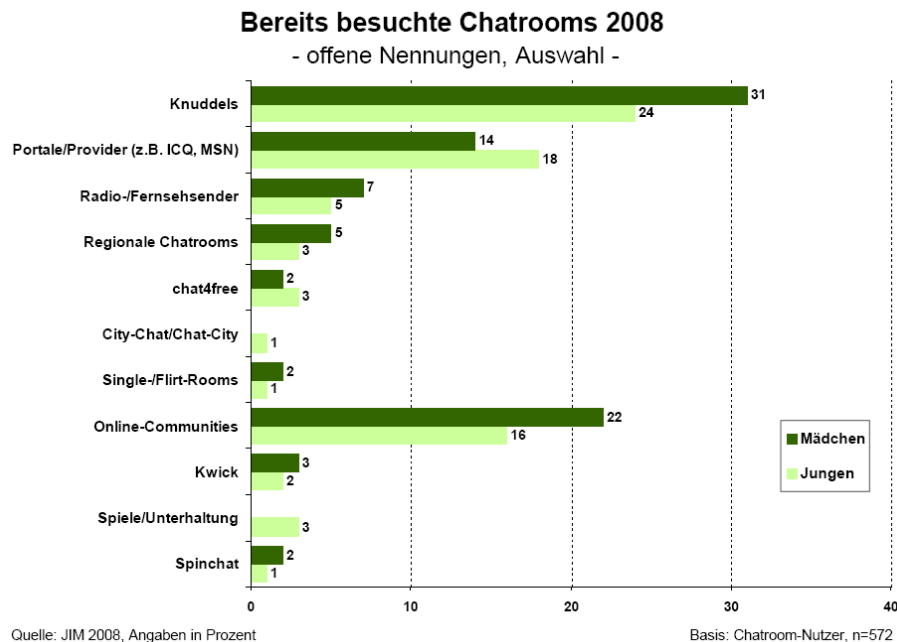


Abbildung 33: Bereits besuchte Chaträume 2008

(MPFS, 2008, S.56)

Die einzigen Erkenntnisse zu lokal genutzten Plattformen, die deren Existenz nicht als eine Paradoxie deklarieren, beziehen sich also lediglich auf ein Vorhandensein bzw. eine wachsende Bedeutung selbiger, ohne den Sachverhalt näher zu kommentieren.

Ebenso konnten in der Literatur zur Landjugendforschung nur wenige Implementierungen der Bedeutung von Medien in jugendlichen Alltagswelten ausfindig gemacht werden. Berücksichtigung neuer Kommunikationsdienste gibt es nahezu keine.

Einige Autoren beschäftigen sich im Kontext der Internetforschung mit den potentiellen Veränderungen der Gesellschaftsstrukturen durch neue Kommunikationsdienste. Eine zentrale Fragestellung in diesem Kontext ist die mögliche Nivellierung des Stadt-Land bzw. Zentrum-Peripherie Gefüges. (Vgl. Gräf, 1997; Stegbauer, 2001) Allerdings werden in diese Überlegungen lokal genutzte Internetdienste nicht einbezogen.

Im behandelten Untersuchungsfeld besteht also noch weitreichender Forschungsbedarf. Zunächst gilt es entsprechende Thesen zu generieren, an die empirische Arbeiten anknüpfen können.

7.2 Implementierung des sozialräumlichen Kontexts in die Theorie der rationalen Medienwahl

Um die rege Nutzung der Plattform „Epos4“ erklären zu können, müssen vorhandene Erkenntnisse aus der Landjugendforschung als potentielle Einflussfaktoren auf die spezifische Medienwahl – unter Berücksichtigung lebensrelevanter Bereiche in der Altersphase Jugend – in die Theorie der rationalen Medienwahl eingebettet werden. Im Verlauf der Arbeit wurden entsprechende Bezüge immer wieder implizit hergestellt. In Folge sollen Zusammenhänge der bisherigen Überlegungen nochmals explizit veranschaulicht und erläutert werden.

7.2.1 Soziale Interaktion

Die abgebildete Grafik soll der übersichtlichen Darstellung der nachfolgenden Überlegungen dienen. Dabei soll erklärt werden, inwiefern der sozialräumliche Kontext eine Medienwahl hinsichtlich sozialer Gratifikationen begünstigt.

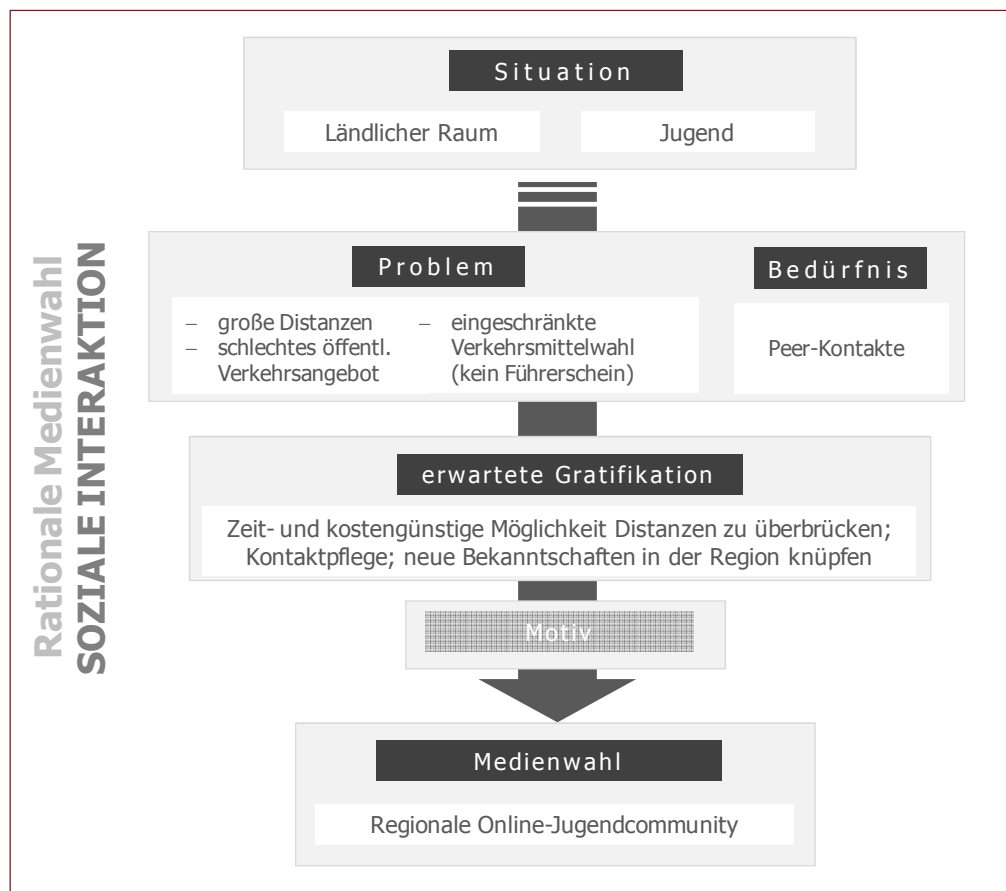


Abbildung 34: Rationale Medienwahl (soziale Interaktion) im sozialräumlichen Kontext

Als zentrale Ausgangssituation des Medienwahlprozesses wird das Spannungsverhältnis gesehen, das sich aus dem Wunsch nach sozialer Interaktion einerseits und den schlechten Erreichbarkeiten im ländlichen Raum andererseits ergibt:

Jugendliche versuchen ihren sozial integrativen Bedürfnissen vor allem über die Interaktion mit Gleichaltrigen gerecht zu werden. Freunde/Freundinnen wohnen aufgrund des zentralisierten Bildungswesens aber oftmals weiter entfernt. Da junge Personen meist noch keinen Führerschein besitzen, sind sie auf öffentliche Verkehrsanbindungen angewiesen. Diese sind allerdings im ländlichen Raum schwach ausgeprägt. Große Fahrintervalle bedingen zusätzlich zeitliche Kosten. (Vgl. Kapitel 6.3.1 & Kapitel 4.3.1)

Um den Kontakt mit den Freunden zu pflegen, müssen die Teenager deshalb zur Überbrückung von Distanzen auf Kommunikationstechnologien zurückgreifen. Da

unterschiedliche Dienste zur Verfügung stehen, kann die Wahl einer regionalen Internet-Community über die bislang angestellten Überlegungen noch nicht erklärt werden. Bezieht man allerdings Medienmerkmale mit ein, können Erwartungshaltungen, die Jugendliche im konkreten Fall der Plattform „Epos4“ gegenüber bringen, eruiert werden. Daraus lässt sich die Entstehung eines Handlungsmotivs und in weiterer Folge die Medienwahl selbst erklären.

Für Jugendliche hat die *Clique* eine besondere Bedeutung (Vgl. Kapitel 4.2.1). Sie haben im Zusammenhang mit dem allgemeinen menschlichen Bedürfnis nach Zugehörigkeit und Liebe, den besonderen Wunsch, Erfahrungen in der *Gruppe* (peer group) zu machen (Vgl. Kapitel 3.2.3) Mit dem Handy, das heute ebenfalls Teil jugendlicher Alltagswelten geworden ist, können die Teenager jeweils nur *eine* bestimmte Person kontaktieren. Die virtuelle Community hingegen erlaubt die Teilnahme *mehrerer* Personen an einer Interaktion. (Vgl. Harth, 2000, S.65)

Zudem ist die Kommunikation im Internet wesentlich unverbindlicher. Das erleichtert den Teenagern die Kontaktaufnahme etwa zum anderen Geschlecht oder zu Personen, die sie weniger gut kennen. Hinzu kommt der Kostenfaktor, der für Jugendliche bei der Internetnutzung vergleichsweise gering ist. Sie sehen in dem Medium zudem eine rasche und einfache Kommunikationsmöglichkeit, weil sie die Anwendung des Dienstes gut beherrschen. (Vgl. Harth, 2000, S.65; Gräf, 1997, S.114f)

„(...) wir fanden es einfach einen lustigen und unkomplizierten Weg der Kommunikation.“

(Userin, weiblich, 17 Jahre; Vgl. UserInnen-Interview, 2007)

Warum allerdings aus der Vielzahl an Online-Communities gerade eine regionale gewählt wird, lässt sich anhand bestehender sozialer Bezugssysteme⁴⁰ und realräumlicher

⁴⁰ Grundlage für das Entstehen von Kommunikationsgemeinschaften ist laut Christian Stegbauer prinzipiell eine „gemeinsame Wellenlänge“. Darunter versteht er im Sinne von Lazarsfeld und Merton eine gewisse Werte und Statushomophilie. Diese ist unter Jugendlichen binnen eines begrenzten peripheren Raumes gleichsam größer, als in städtischen und gleichsam stark individualisierten Milieus. (Vgl. Stegbauer, 2001, S.52)

Netzwerke erklären. In den UserInnen-Interviews gaben *alle* Befragten an, über (Schul-)Freunde von der Plattform erfahren zu haben. (Vgl. UserInnen-Interview, 2007, S.1f) Auch eine Umfrage aus dem Archiv von „Epos 4“ (www.epos4.at/ Umfragenarchiv/ 21.12.2006), an der 1.585 NutzerInnen teilnahmen, bestätigt diese Annahme.

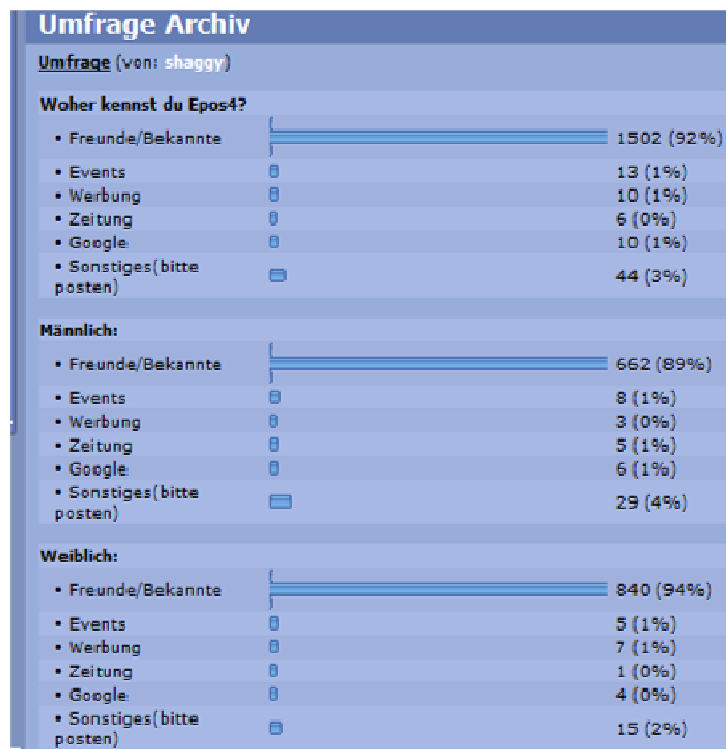


Abbildung 35: Woher kennen die Jugendlichen „Epos 4“?

Wie die Grafik zeigt haben über 90% der Jugendlichen von Freunden/innen oder Bekannten von der Plattform erfahren. Basierend auf dieser Information verbinden die Jugendlichen das Medium mit der Erwartung, Freunde, Bekannte und Personen aus der Region „treffen“ zu können.

Auch wenn in diesem Zusammenhang normative Einflüsse zu erkennen sind, kann die Medienwahl, wie sich schon in Kapitel 5.3.5. zeigte⁴¹, nicht als normative verstanden werden, da sie keinen sozialen *Zwängen* unterliegt, wie es etwa in Institutionen der Fall ist, sondern freiwillig erfolgt.

⁴¹ Nur 13% der befragten Jugendlichen gaben an, Online-Communities nur deshalb zu nutzen, weil es die anderen auch tun. (Vgl. Abbildung 32; MPFS, 2008, S.56)

Ein weiterer Grund, der die Nutzung einer regionalen Community begünstigt, ist die Möglichkeit, unverbindlich *neue* Bekanntschaften zu Gleichaltrigen aus der Umgebung (die man möglicherweise bereits vom Sehen kennt) zu knüpfen. Wie Studien belegen, zeigen TeilnehmerInnen virtueller Communities durchaus Interesse daran, Personen, die sie im Internet kennen gelernt haben, auch persönlich zu treffen. Lorenz Gräf verweist darauf, dass „*physische Unterstützungsleistungen*“ (Face-to-face Begegnungen) sogar notwendig sind, um Beziehungen dauerhaft zu stabilisieren. (Vgl. Gräf, 1997, S.115; vgl. auch Stegbauer, 2001, S.42ff; S.51)

Insofern eignet sich vor allem die Nutzung regionaler Kommunikationsräume, da man Personen, die man dort kennen lernt, auch wahrscheinlicher im physischen Raum treffen kann. Auf diese Weise können realräumliche Netzwerke durch das World Wide Web erweitert werden. Das dadurch gewonnene „*neue soziale Kapital*“ kommt nicht nur den sozial-integrativen Bedürfnissen der Jugendlichen entgegen, sondern erweitert zugleich deren Handlungsmöglichkeiten wie etwa durch Zugang zu Informationen. (Vgl. Gräf, 1997, S.117)

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Netzwerke der Jugendlichen einerseits erweitert werden können und andererseits bestehende Kernnetzwerke (durch Kontaktpflege) gestärkt werden. (Vgl. Gräf, 1997, S.116) Auch Jugendgruppen und Cliques können stabilisiert werden, da der virtuelle Raum, die Interaktion mehrerer ermöglicht. (Vgl. Schorb, 1995, S.72) All das wäre im ländlichen Raum aufgrund großer Distanzen und schlechter Erreichbarkeiten ohne regionale Vernetzung wesentlich schwieriger.

7.2.2 Unterhaltung

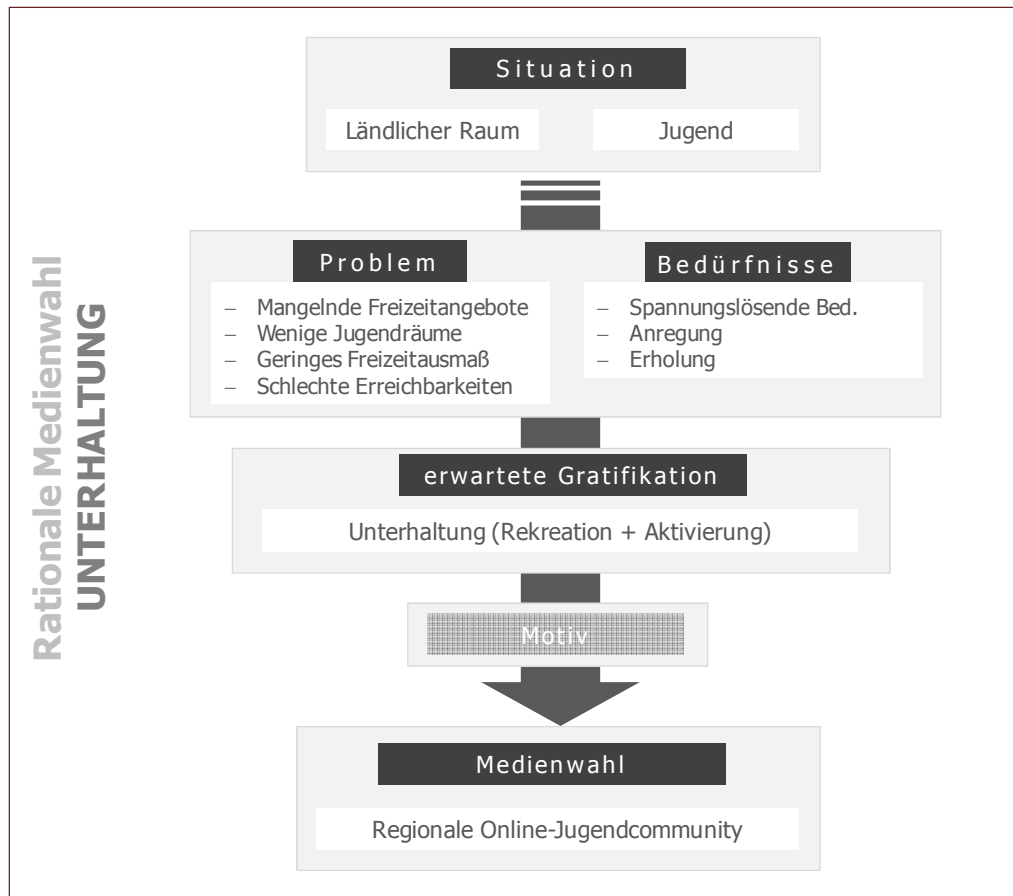


Abbildung 36: Rationale Medienwahl (Unterhaltung) im sozialräumlichen Kontext

Eine weitere problembehaftete Ausgangssituation setzt sich aus spezifischen Anforderungen, die an die Freizeit gestellt werden, und einer schlechten Freizeitinfrastruktur im ländlichen Raum zusammen.

Gerade Jugendliche suchen in ihrer freien Zeit nach Anregung, „Action“ und Unterhaltung. Im ländlichen Milieu ist davon aber meist keine Spur. Während junge Mädchen in urbanen Räumen etwa miteinander ins Einkaufszentrum gehen (Vgl. Kapitel 4.3.4), steht vielen jungen Frauen am Land oftmals nur das Dorfwirtshaus als außerhäuslicher Freizeitraum zur Verfügung.

Eine Freizeitinfrastruktur speziell für Jugendliche ist am Land, wenn auch nicht annähernd mit jener im urbanen Raum vergleichbar, zumindest in größeren Städten der

Region vorhanden. Viele Teenager wohnen aber abseits der Zentren und können diese nur mit erheblichem zeitlichem Aufwand erreichen.

Womit soll man sich also beschäftigen, wenn Jugendräume und Anregungsmilieus fehlen? Jugendliche finden ihre Antwort in medialer Beschäftigung. Dabei gewinnt vor allem das Internet zunehmend an Beliebtheit. Schüler etwa, die generell viel Zeit am PC verbringen, rufen während/nach der Erledigung ihrer Hausarbeiten zum Ausgleich Webangebote auf.

Welche Seiten sie aus der Fülle der Möglichkeiten wählen, unterliegt wiederum im starken Maß Einflüssen der peer group. Wie die nachfolgende Grafik zeigt, finden Jugendliche „*coole Sites*“ in erster Linie über Empfehlungen von Freunden.

„In der Schule hab ich von Epos erfahren und die Neugier hat mich dazu verleitet mich in Epos4 zu registrieren.“

(User, männlich, 15 Jahre; Vgl. UserInnen-Interview, 2007)

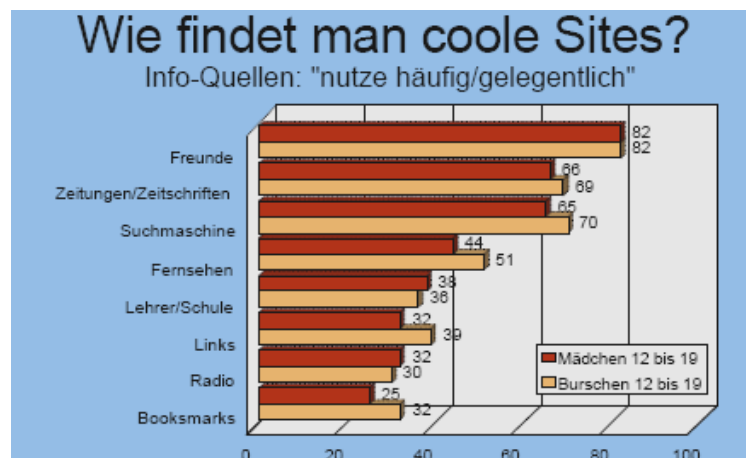


Abbildung 37: Informationsquellen der Jugendlichen zu Online-Angeboten

(mediaresearch.orf.at, S.18)

Eine *regionale* Plattform liefert im Kontext *spezifischer* Unterhaltungsmöglichkeiten im virtuellen Raum besondere Gratifikationen. Ein Beispiel hierfür wäre das Lesen von Webprofilen. In der JIM-Studie 2008 fand die Aussage „*in Profilen stöbern macht Spaß*“ besonders hohe Zustimmung (83%). (Vgl. Abbildung 32; MPFS, 2008, S.56) Sind die Profile von Freunden/innen oder Personen, die man vom Sehen kennt, gewinnt das

Ganze natürlich zusätzlich an Reiz. Anstatt Angaben fremder Personen zu lesen, können die Teenager beispielsweise Informationen über ihren „Schwarm“ einholen.

Obwohl „Epos4“ *spezielle* Unterhaltungsangebote (z.B. Epron; Witze) zur Verfügung stellt, ist anzunehmen, dass vor allem auch die interaktiven Anwendungsmöglichkeiten der Aktivierung bei Langeweile dienen. Das zeigt sich unter anderem in der thematischen Ausrichtung der Foren, in denen hauptsächlich über belanglose Dinge kommuniziert wird (z.B.: Schreibe etwas über die Person, die vor dir einen Eintrag gemacht hat).

Eine Umfrage aus dem Archiv von „Epos4“ (www.epos4.at/Umfragenarchiv/ 25.01.2008), an der 1.488 weibliche und 1.272 männliche NutzerInnen teilnahmen, zeigt, dass die Plattform vor allem für Kommunikation und sozial-integrative Zwecke (gesamt: 59%) genutzt wird. Immerhin 815 Teilnehmer (29%) gaben an „Epos4“ aus Langeweile zu nutzen.

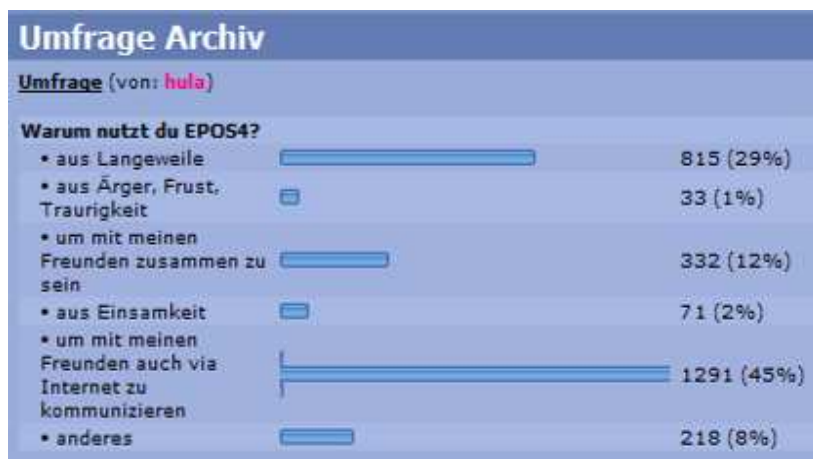


Abbildung 38: Nutzungsgründe „Epos4“

(www.epos4.at)

In der geschlechtsspezifischen Auswertung dieser Ergebnisse, spiegeln sich die allgemeinen Geschlechtervarietäten der Internetnutzung wieder. Während die männlichen Teilnehmer die Plattform signifikant häufiger aus Langeweile nutzen (ein Drittel der männlichen Befragten), verwenden es die Mädchen deutlich eher zur Kommunikation. Zudem zeigt sich, dass die Jungen (rund 2,1%) etwas häufiger eskapistische Nutzungsmotive („aus Ärger, Frust, Traurigkeit“) angeben als Mädchen (rund 0,5%).



Abbildung 39: Nutzungsgründe „Epos4“ nach Geschlecht

(www.epos4.at)

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Defizite, die sich aus einem anregungsarmen ländlichen Milieu ergeben, durch einen anregungsreichen „virtuellen (Regional-)Raum“ kompensiert werden können. Viele Jugendliche nutzen „Epos4“ um Langeweile entgegen zu wirken.

7.2.3 Information

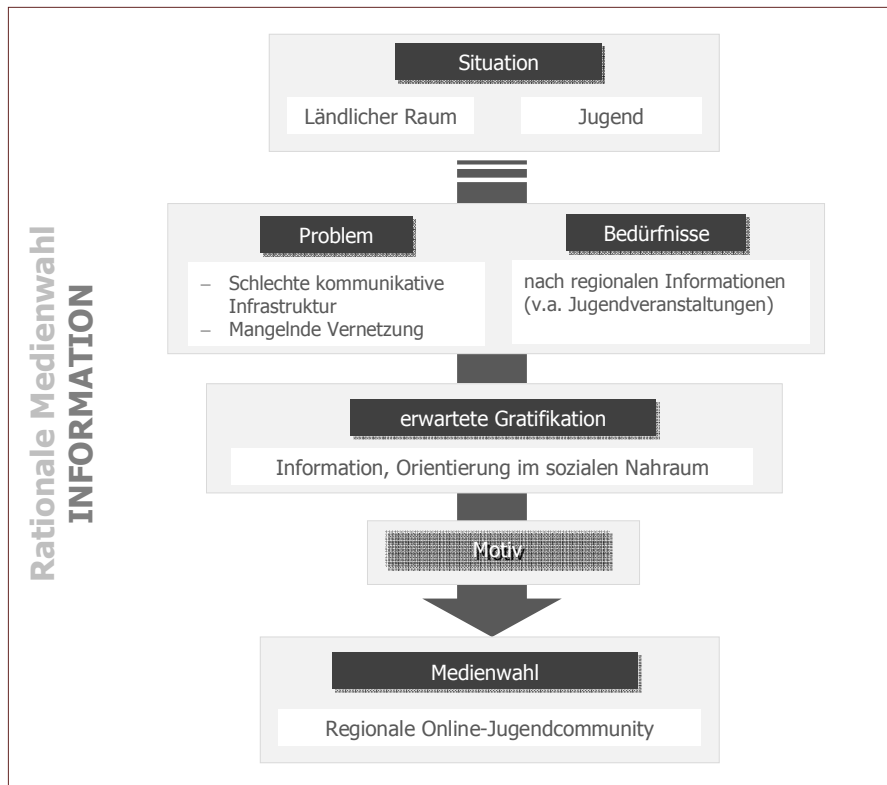


Abbildung 40: Rationale Medienwahl (Information) im sozialräumlichen Kontext

Weitere Defizite für Jugendliche im ländlichen Raum manifestieren sich in einer schlechten kommunikativen Infrastruktur und einer mangelnden Vernetzung. Die Allokation regionaler Informationen erfolgt über wenige Regionalzeitungen, die spezifische Interessen Jugendlicher kaum berücksichtigen.

Das Internet eröffnet den Teenagern völlig neue Horizonte. Es bietet nicht nur die Möglichkeit, Informationen zu beziehen, sondern diese selbst (über Distanzen) an ein breites Publikum zu verteilen. In den freien Gestaltungsräumen der Plattform „Epos4“ können die Jugendlichen kollektiv und interaktiv Medienprodukte erzeugen, deren Inhalte sie in den Massen- und Regionalmedien vermissen.

Dabei handelt es sich in erster Linie um Informationen über regionale Jugendveranstaltungen. Das zeigt sich in der regen Nutzung des Eventkalenders auf der

Plattform. Dieser wurde auch auf die Frage hin „Warum bzw. wie nutzt du Epos4?“ in 9 von 12 Antworten erwähnt. (Vgl. UserInnen-Interview, 2007)

Ähnliches lässt sich aus der JIM-Studie 2008 erkennen. Beim Ranking der häufigsten Netzaktivitäten (Vgl. Abbildung 29), landete die Kategorie „Regionale Veranstaltungen“ auf dem 17. Platz. Sich darüber informieren zu können, was in der Gegend los ist, ist für die Jugendlichen damit wichtiger als beispielsweise Internetshopping oder Musik-Downloads. (Vgl. MPFS, 2008, S.29)

Auf „Epos4“ ist das System des Eventkalenders besonders ausgeklügelt. Die Jugendlichen können nicht nur selbst Events und entsprechende Informationen online stellen. Es besteht zudem auch die Möglichkeit sich bei jenen Veranstaltungen einzutragen, die man selbst besuchen will. Nicht zuletzt kann zu jeder der eingetragenen Veranstaltungen via „Posts“ kommuniziert werden.

„Es ist auch von Vorteil, immer nach sehen zu können, wo was wann los ist und vor allem auch, wer wo unterwegs ist.“

(Userin, weiblich, 17 Jahre; Userinnen-Interviews, 2007)

Dieser Verbreitungsmechanismus ermöglicht das Zustandekommen *großer regionaler* Jugendveranstaltungen. Dadurch wird indirekt bzw. in weiterer Folge regionale Gemeinschaft und eigenständige regionale Jugendkultur gefördert.

In diesem Kapitel wurde herausgearbeitet, welche Gegebenheiten des ländlichen Raumes eine *bewusste* Nutzung der Plattform begünstigen. In Folge soll noch auf zwei (potentielle) Effekte der Nutzung verwiesen werden, die sich positiv auf die Lebenssituation der Jugendlichen (im sozialräumlichen Kontext) auswirken können, ihnen selbst aber *nicht* bewusst sind.

7.3 Effekte der Mediennutzung im sozialräumlichen Kontext

Autoren sind sich bereits seit den 90er Jahren einig, dass Computernetze enorme soziale Veränderungen nach sich ziehen werden. (Vgl. Rost, 1997, S.30f; Rheingold, 1994, Stegbauer, 1996 40; Gräf, 1997, S.113ff) Als zentrale Thesen gelten dabei der Bedeutungsverlust von örtlichen Bezügen und die Entstehung eines „globalen Dorfes“⁴², in dem prinzipiell jeder jeden erreichen kann. (Vgl. Rötzer, 1993; Rheingold, 1994) Wenn der lokale Kontext und die Herkunft an Bedeutung verlieren, könnte es in Folge auch zu einer Nivellierung des Stadt-Land-Gefüges kommen. Christian Stegbauer steht dieser Annahme allerdings kritisch gegenüber:

„Die technisch mögliche Aufhebung des Raumes hinsichtlich der Kommunikationsfähigkeit unterbindet jedoch keineswegs Zentrum-Peripherie-Beziehungen. Zwar überwinden die Signale den Raum annähernd in Echtzeit, aber Menschen in der Peripherie beschäftigen sich in weiten Bereichen mit anderen Themen als solche in Zentren. Zwar bringen die Massenmedien vielfach dieselben Bilder in die Wohnzimmer der Landbevölkerung und der Städter, dennoch weisen die Bezugssysteme unterschiedliche Lebenssphären auf. (...). Die Teilnahme in virtuellen Räumen kann aber jene vorgängigen Bezüge nicht aufheben.“

(Stegbauer, 2001, S.46)

In diesem Zitat wird implizit auf das Spannungsverhältnis von Tradition und Moderne verwiesen. Bewohner des ländlichen Raumes sind zunehmend massenmedial übermittelten, urbanen Einflüssen ausgesetzt, gleichzeitig lassen sich aber die sozialen Bezugssysteme des ländlichen Raumes – wie Stegbauer bemerkt, auch durch räumliche Überbrückung – nicht aufheben. (Vgl. Kapitel 6.1.1.)

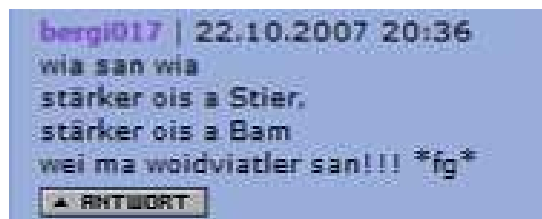
Besonders die Jugendlichen leben heute, wie in Kapitel 6.1.1. erläutert wurde in so genannten „Zwischenwelten“ zwischen Tradition und Moderne. Diesem „raumlosen Zustand“ kann die Entstehung eines „regionalen Dorfes“ (auf Grundlage virtueller

⁴² Der Begriff „globalen Dorfes“ („global village“) wurde von McLuhan geprägt. (Vgl. Gräf, 1997, S.120)

Vernetzung) einen konkreten Ort geben, an dem eigenständige neue Kultur- und Gemeinschaftsformen produziert werden, die weder urbane Lebensstile reproduzieren, realräumliche Bezugssysteme ignorieren noch im traditionell dörflichen Milieu verharren bleiben.

In Kapitel 6.2. wurde ausführlich erläutert, inwiefern heute vor allem die Region als Bezugsgröße zwischen Dorf und Stadt fungiert. Die Erschließung selbiger gestaltet sich aber gerade für die Jugendlichen aufgrund schlechter Mobilitätsbedingungen schwierig. Mittels einer regionalen virtuellen Plattform kann die physische Reichweite allerdings erhöht werden und somit regionale Gemeinschaft entstehen. Auf diese Weise kann dem Verlust des Zusammengehörigkeitsgefühls durch ein Leben in zwei Welten (Vgl. Kapitel 6.1.1.) entgegengewirkt werden.

Medien können den Jugendlichen vermitteln, *„(...) dass das Leben am Land etwas >Eigenartiges<, Eigenwertiges ist- auch vor dem Horizont der medienbeherrschenden urbanen Kultur.“* (Böhnisch/Winter, 1990, S.192; Vgl. Kapitel 6.5.1.3.) Im Kontext der interaktiv genutzten Plattform „Epos4“ vermitteln sich die Jugendlichen dieses Gefühl gegenseitig durch die ständige (Re-)produktion regionaler Bezüge.



(User, 17 Jahre, männlich)

Diese „Erschaffung“ einer eigenen regionalen Lebenswelt kann das Spannungsverhältnis zwischen Tradition und Moderne lösen und somit im weitesten Sinne der regen Landflucht junger Menschen entgegen wirken.

Lorenz Gräf sagt, dass die Makroeffekte des Internets Gesellschaften nicht nur dörflicher („global village“; jeder kann jeden erreichen), sondern auch städtischer machen. Um diese Aussage zu explizieren, muss zunächst erklärt werden, wie sich spätmoderne städtische Gesellschaften charakterisieren lassen. (Vgl. Gräf, 1997, S.106ff)

Laut Gräf werden urbane Netzwerke als Folge von Individualisierung, funktionaler Differenzierung und technologischer Innovationen zunehmend partialisierter. Das heißt,

dass sich persönliche „*Verkehrskreise*“ einer Person nicht überschneiden. Um das Ganze zu konkretisieren, würde das etwa bedeuten, dass die ArbeitskollegInnen die eigene Familie nicht kennen, die Verwandten wiederum die VereinsfreundInnen nicht kennen und so weiter. Im ländlichen Raum hingegen weisen Beziehungen, die von einer Person ausgehen relativ rasch wieder auf diese zurück, á la „jeder kennt jeden“. So ist etwa die Arbeitskollegin der Schwester des Nachbarn und der Vereinsbekannte der Freund des Onkels. Besonders das dörfliche Milieu muss als eine „*einzig Mikrowelt*“ verstanden werden. (Vgl. Gräf, 1997, S.107)

Aus dieser Gegebenheit resultiert der in Kapitel 6.3.1. und Kapitel 6.3.3 beschriebene ländliche Normalitätsdruck. Jugendliche müssen sich angepasst verhalten, da Informationen über ein bestimmtes Verhalten leichter zwischen unterschiedlichen Verkehrskreisen diffundieren. Um das Ganze wieder zu konkretisieren, könnte das etwa bedeuten: Ein/e Jugendliche/r betrinkt sich mit seinen/ihren VereinskollegInnen. Da aber eine/r von ihnen der/die Freund/in des Onkels ist, erfahren auch die Eltern relativ rasch von seinem/ihren Verhalten.

Via Internet können Gesellschaften aber städtischer werden. Gräf meint damit die zunehmende Partialisierung von Netzwerken, die aus der Entstehung immer interessenshomogener Gruppierungen resultiert. Im Zusammenhang mit einer regionalen Jugend-Community hat diese These insofern Relevanz, dass die Jugendlichen nicht befürchten müssen, dass Informationen aus dem virtuellen Raum zu ihren Eltern gelangen.

„Epos4“ bietet freie Experimentierräume, die jenseits der Kontrolle der Erwachsenenwelt liegen. Dort können die Jugendlichen ebenso wie im urbanen Raum neue Rollen und Verhaltensmuster ausprobieren, die ihnen vom ländlichen Normalitätsdruck her untersagt blieben. Verhalten im Cyberspace bleibt ohne Sanktionierung. Im Identitätsfindungsprozess der Jugendlichen *kann*⁴³ das Internet somit eine wichtige Rolle erfüllen.

⁴³ In diesem Zusammenhang erscheint es unablässig, auch auf die Gefahrenpotentiale des Internets gerade für Jugendliche zu verweisen. Sanktionsfreiheit ist nicht grundsätzlich positiv zu werten.

In Kapitel 6.5.1.1. und 6.5.1.2. wurde ausführlich beschrieben, dass die Jugend(-kultur) im ländlichen Raum durch die Schaffung von jugendeigenen Räumen einerseits und die Unterstützung eigen initiiierter Projekte andererseits gefördert werden soll. „Epos4“ bewerkstelligt genau das, indem „Räume“ für eigen motiviertes Gestalten zur Verfügung gestellt werden.

Im Sinne der in Kapitel 6.5.1.4. beschriebenen Maßnahmen zur Förderung von Mädchen bzw. Emanzipation leistet die Plattform dabei ebenfalls einen wichtigen Beitrag. Sie bietet den Mädchen den nötigen Ort für ungezwungene und nicht tabuisierte Kommunikation.

Die Plattform kann den Jugendlichen also nicht nur spezifische Gratifikationen verschaffen, sondern in weiter Folge auch zur Lösung des Spannungsverhältnisses zwischen Tradition und Moderne beitragen bzw. Handeln jenseits des ländlichen Normalitätsdrucks ermöglichen.

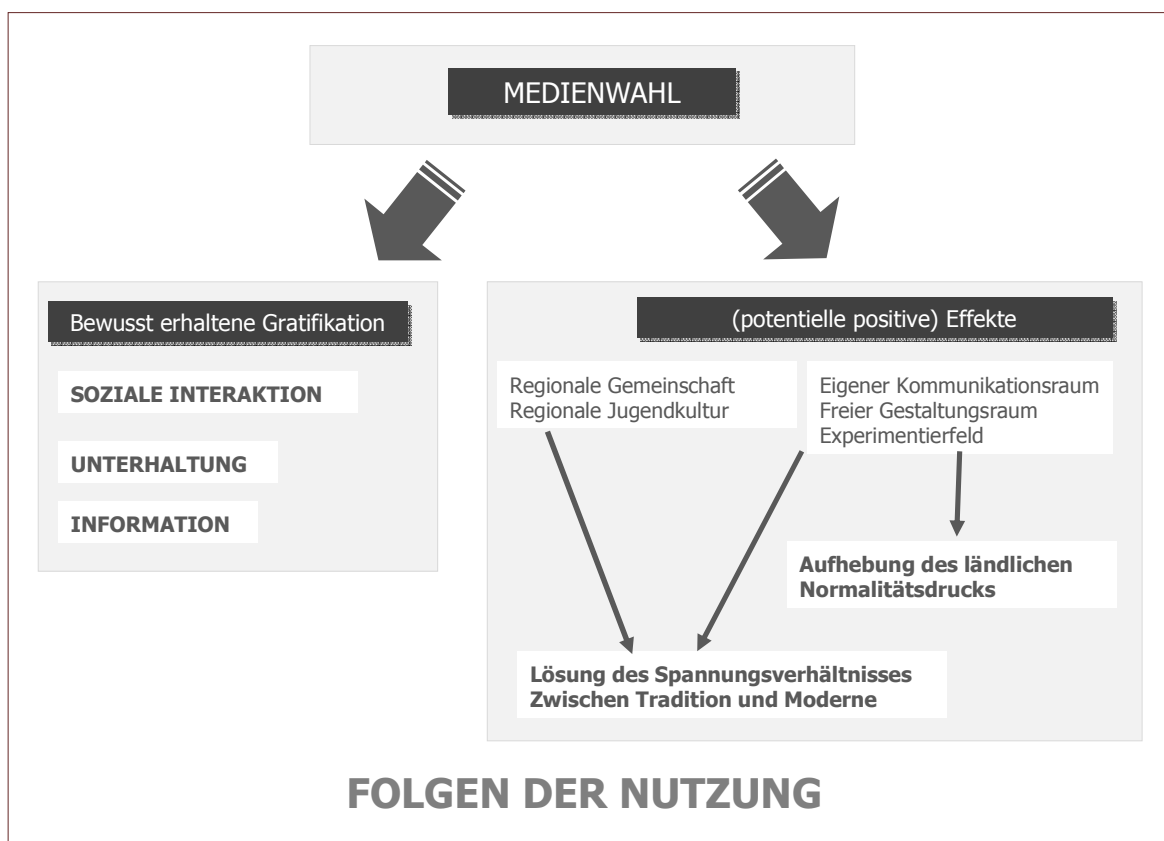


Abbildung 41: Effekte der Mediennutzung im sozialräumlichen Kontext

8 Resümee und Ausblick

Zu Beginn der Arbeit präsentierte sich ein Gegenstand, der im Widerspruch zu zentralen Annahmen der soziologischen Internetforschung steht. In einer Reihe von Arbeiten wird behauptet, dass geografische Bezüge in virtuellen Communities keine Bedeutung besäßen, da mittels globaler Vernetzung jeder jeden erreichen kann.⁴⁴ Als kausale Erklärung für die Entstehung derartiger Plattformen wird meist die Interessenshomophilie der TeilnehmerInnen angeführt.

Diese Überlegungen erscheinen zunächst durchaus logisch: Warum sollte man mit Personen aus dem direkten sozialen Umfeld (realräumliche Netzwerke) auf einer Online-Plattform kommunizieren, stehen doch zahllose andere, wesentlich persönlichere Kontaktmöglichkeiten zur Verfügung (z.B.: Face-to-Face – Interaktion, Telefonat, „klassische“ E-Mail, usw.)? Auf den ersten Blick gibt es keinen ersichtlichen Grund. Hingegen ist es durchaus plausibel, dass jemand, der ein spezifisches Interesse oder Hobby (z.B. Amphibienhaltung) hat, das möglicherweise niemand im persönlichen oder realräumlichen Umfeld teilt, via Internet Kontakt zu Gleichgesinnten sucht (z.B. über www.lurche.net).

Im Sinne dieser Überlegungen ließe sich die *lokale* Nutzung einer Internetplattform *ohne* spezifischer inhaltlicher Ausrichtung als Pradoxon ausweisen. Eben dieses Phänomen ist aber bei der Seite „www.epos4.at“ zu beobachten. Über 90% der UserInnen (rund 26.000 Personen) kommen aus dem Raum Waldviertel, der sich auf 4.600 km² Fläche beschränkt. Erstaunlich ist dabei nicht nur der außergewöhnliche hohe Anteil der NutzerInnen binnen eines begrenzten Realraumes, sondern auch der relative Anteil zur Gesamtbevölkerung dieses Gebietes. Mehr als jede zehnte Person im Waldviertel nutzt die Plattform. Beachtet man zudem, dass es sich um eine *Jugend-Community* handelt, so lässt sich errechnen, dass in der Gruppe der 12-29jährigen „Waldviertler“ sogar mehr

⁴⁴ Die Theorie des „global village“ unterliegt freilich der Einschränkung, dass nicht jede Person, die Möglichkeit hat, das Internet zu nutzen. In westlichen Industriestaaten bewegt sich allerdings der Anteil jener Personen, die einen Internetzugang haben - unter Berücksichtigung öffentlicher Zugänge - nahezu einhundert Prozent. Neben den technischen Zugriffsmöglichkeiten, sei auch auf personenspezifische Einschränkungen, wie etwa körperliche Beeinträchtigungen, verwiesen.

als jeder Zweite zu den NutzerInnen zählt. Eine Interessenshomophilie kann in diesem Fall ausgeschlossen werden.

Bezogen auf diese Überlegungen stellte sich die zentrale Frage, wie sich die rege und zunächst paradox erscheinende Nutzung binnen einer Region erklären lässt? Zur Beantwortung wurde zuerst der Untersuchungsgegenstand „Epos4“ näher beleuchtet, da aus eben diesem das Forschungsinteresse entsprungen ist.

Es wurde aufgezeigt, dass sich die Plattform theoretisch zur Befriedigung unterschiedlicher individueller Bedürfnisse eignet. Zum Einen werden verschiedenste Möglichkeiten der Interaktion geboten (z.B.: Chat, Forum, Post, Club usw.), mittels derer diverse soziale Bedürfnisse befriedigt werden können (z.B.: Bedürfnis nach sozialer Interaktion, Integration, Erfahrung in der Gruppe usw.). Zum Anderen finden sich auch spezielle Angebote (z.B.: Epron, Witze usw.) für Unterhaltungszwecke (z.B.: Aktivierung bei Langeweile, Entspannung, Zerstreuung, usw.). Darüber hinaus bietet „Epos4“ auch mannigfache Optionen, Informationen zu veröffentlichen bzw. zu beziehen (z.B.: über lokale Veranstaltungen oder die eigene bzw. andere Person/en).

Im Zuge dieser Überlegungen wurde festgehalten, dass grundsätzlich fast jede der zahlreichen Anwendungsmöglichkeiten sowohl zur *Interaktion*, *Unterhaltung* als auch *Information* genutzt werden kann. Ein Beispiel wäre der „Basar“. Basarangebote können ebenso aus Langeweile gelesen werden als auch, um gezielt Informationen über spezifische Produkte zu beziehen. Via „Post“ kann zusätzlich ein interaktiver Austausch zu den Angeboten stattfinden.

Neben der Fülle an Anwendungsmöglichkeiten zeichnet sich die Plattform durch weitere Merkmale aus, die im Kontext der Arbeit von Relevanz sind. Dazu zählen die „regionale Nutzung“ und die „aktive Rolle der UserInnen“. Genannte Aspekte stehen in einem reziproken Interpendenzverhältnis. Da sämtliche Inhalte (z.B. Artikel, Fotos, Eventhinweise usw.) der Plattform von den UserInnen, die (größtenteils) aus derselben Region stammen, generiert bzw. online gestellt werden, entsteht eine regionale Ausrichtung der Plattform. Diese inhaltliche Orientierung spricht wiederum Personen aus der Region an (z.B.: lokale Veranstaltungshinweise).

Diskutiert wurde auch der Aspekt der umfangreichen Selbstdarstellungsmöglichkeiten, die sich bei den NutzerInnen größter Beliebtheit erfreuen. In späterer Folge konnte

herausgearbeitet werden, dass diese in der Identitätsphase „Jugend“ eine wichtige Rolle einnehmen können. Die beliebige Darstellung der eigenen Persönlichkeit im „*Profil*“ und die damit verbundene Selbstpräsentation vor einer breiten regionalen Öffentlichkeit, kann einerseits die Identität stabilisieren, andererseits können neue „Ich-Entwürfe“ jenseits der Kontrolle der Erwachsenenwelt erprobt werden.

Die genannten Besonderheiten der Plattform werden als begünstigender Einflussfaktor auf deren Nutzung verstanden. Diese alleine reichen aber als kausale Erklärung zur Beantwortung der Forschungsfrage nicht aus. Der Medienwahlprozess, also die Entscheidung *für* ein spezifisches Medium und die gleichzeitige „Nicht-Entscheidung“ für andere Medien oder Verhaltensalternativen ist ein komplexer und mehrdimensionaler Prozess. (Vgl. Kapitel 3)

Der Ausgangspunkt dieses Prozesses ist die *soziale Situation*, die den/die AkteurIn prägt und beeinflusst. In der Mediensoziologie wird Handeln (z.B. die Medienwahl) – auch in akteurszentrierten Studien – niemals losgelöst vom sozialen Kontext betrachtet, in dem sich der/die Handelnde befindet. Da Soziale Bezugssysteme nicht in ihrer Komplexität erfasst werden können, gilt es die Konzentration auf Teilaspekte zu legen, die im jeweiligen Forschungskontext von Relevanz sind.

Im Rahmen dieser Arbeit wurden die besonderen Gegebenheiten des ländlichen Raumes (1) und die Altersphase Jugend (2) als *zentrale* Einflussfaktoren begriffen. Ersteres resultiert aus der Überlegung, dass ein vergleichbares Phänomen, wie „Epos4“ nicht in Großstädten beobachtbar ist. Es gibt beispielsweise keine Internet-Plattform, die zu über 90% von WienerInnen genutzt wird und dort von jedem/r zweiten Jugendlichen.

Zweiteres ergibt sich aus dem hinlänglich bekannten Theorem, dass die jeweilige Identitätsphase des Akteurs/ der Akteurin einen maßgeblichen Einfluss auf dessen/deren Medienhandeln nimmt. (Vgl. z.B. Ziemann, 2006, S.88). Aus eben diesem Grund widmet sich die Medienforschung vornehmlich Jugendlichen. Diese befinden sich in einer turbulenten Identitätsphase und weisen ein quantitativ höheres und spezielles Mediennutzungsverhalten auf. Im Kontext der Arbeit ist die Berücksichtigung der Altersphase und ihrer Eigenheiten nicht zuletzt deshalb unablässig, weil Online-Communities als Domäne der Jugendlichen gelten.

Der Einfluss dieser beiden Komponenten („*ländlicher Raum*“ und „*Lebensphase Jugend*“) äußert sich nun im Medienwahlprozess – um zur Theorie der Medienwahl zurück zu kommen – insofern, dass aus dem spezifischen sozialen Kontext Probleme einerseits (z.B. Langeweile im ländlichen Raum) und Bedürfnisse andererseits (z.B.: Bedürfnis nach peer-Kontakten) resultieren. Im Sinne des in der Arbeit herangezogenen Nutzenansatzes sucht der Mensch bewusst nach Quellen zur Befriedigung seiner jeweiligen Bedürfnisse. Dabei stehen unterschiedliche Gratifikationsinstanzen (mediale und nicht mediale) miteinander in Konkurrenz.

Welche Verhaltensalternative eine Person X wählt, hängt stark von den Erwartungen ab, die sie an unterschiedliche Optionen bzw. Einstellungsobjekte hat. Diese basieren auf dem Vorwissen über die jeweilige Handlungsalternative. Die Vorinformationen setzen sich zusammen aus den Eigenschaften, die der Alternative (den Medien) anhaften (1) und Informationen, die man von Freunden (normative Einflüsse) oder Werbungen etc. vorab erhalten hat (2). Ein Beispiel zur Konkretisierung wäre: Ein/e Jugendliche/r möchte mit mehreren FreundInnen kommunizieren. Er/sie weiß einerseits, dass seine/ihre FreundInnen auf „Epos4“ interagieren (2) und andererseits, dass eine virtuelle Community die Interaktion mehrerer erlaubt. (1).

Aus dieser kognitiven Bewertung unterschiedlicher Quellen der Bedürfnisbefriedigung erkennt Person X potentielle Problemlösungen. Daraus entsteht ein Handlungsmotiv (Person X will die Plattform Epos4 nutzen) und schließlich erfolgt, sofern keine intervenierenden Variablen dazwischen kommen (z.B. keine Möglichkeit der Internetnutzung), eine Handlung (Person X nutzt „Epos4“).

In Kapitel 7 wurde dieses Modell schließlich konkretisiert bzw. angewandt, um mittels der in Kapitel 4 bis 6 gewonnenen Erkenntnissen zur Lebensphase „Jugend“ und der Situation junger Menschen im ländlichen Raum, die Nutzung der Plattform „Epos4“ (unter Berücksichtigung von Medienmerkmalen und relevantem Vorwissen zum Medium) erklären zu können.

Eine derartige Verortung lässt die durchschnittlich hohe TeilnehmerInnenzahl binnen eines begrenzten Realraumes weder paradox noch erstaunlich erscheinen. Spezifische jugendliche Bedürfnisse und eine Blockierung bzw. das Nicht-Vorhandensein alternativer

Gratifikationsquellen im ländlichen Raum erklären die Wahl einer regionalen virtuellen Jugend-Community.

Dass keine monokausale Begründung für den Sachverhalt ausfindig gemacht werden kann, war von Beginn an naheliegend. Ebenso wenig lässt sich der generell enorme Bedeutungszuwachs des Mediums „Internet“ unter Jugendlichen auf einige wenige Faktoren zurückführen. Allerdings werden in Studien immer wieder „*Soziale Interaktion*“, „*Unterhaltung*“ und „*Information*“ als zentrale Gratifikationen des Internets genannt. Getrennt nach diesen drei Komplexen lässt sich auch die Nutzung von Epos4 strukturiert erklären:

1. SOZIALE INTERKATION: Große und schwer zu überbrückende Distanzen zwischen Jugendlichen im ländlichen Raum (Blockierung der Gratifikationsquelle: „Face-to-face“-Interaktion) und das gleichzeitige Bedürfnis der Teenager nach Kontakt zu Peers, begünstigen medial vermittelte Interaktionsformen. Eine *regional* genutzte Online-Plattform wird bevorzugt, weil befreundete Personen daran teilnehmen. Zudem zeichnet sich eine virtuelle Community für die Jugendlichen durch vergleichsweise geringe Kosten und die Möglichkeit gleichzeitiger Interaktion mehrerer (Bedürfnis nach Erfahrung in der Gruppe) aus. Da Teilnehmer von Online-Gemeinschaften auch daran interessiert sind, neue Bekanntschaften im virtuellen Raum zu knüpfen und diese Personen später im realen Leben kennen zu lernen, bietet sich ebenfalls eine *regionale* Plattform an.

2. UNTERHALTUNG: Eine mangelnde Freizeitinfrastruktur (anregungsarme Umgebung; fehlende Jugendräume) sowie schlechte Erreichbarkeiten in ländlichen Gebieten induzieren Langeweile. Zugleich haben aber gerade Jugendliche ein verstärktes Bedürfnis nach „Action“ und Unterhaltung. Diese Gegebenheiten begünstigen wiederum mediale Beschäftigungsformen (Einschränkung nicht medialer Gratifikationsquellen). Warum aus der Vielzahl medialer Angebote ausgerechnet eine regionale Internet-Community gewählt wird, lässt sich über bestehende soziale Netzwerke erklären. Zum Einen erfahren die Jugendlichen hauptsächlich über FreundInnen von „coolen“ Angeboten. Zum Anderen empfinden es Teenager besonders unterhaltsam in „*Profilen*“ von anderen Personen zu „stöbern“. Kennt man die TeilnehmerInnen persönlich oder vom Sehen, ist dies natürlich umso interessanter.

3. INFORMATION: Während „öffentliche“ Informationen in Großstädten aufgrund einer höheren Mediendichte leichter diffundieren, ist die kommunikative Infrastruktur im ländlichen Raum schwächer ausgeprägt. Wenige Regionalmedien berücksichtigen kaum jugendspezifische, regionale Informationen (z.B. über Jugendveranstaltungen). Eine regionale virtuelle Plattform kann dieses Defizit ausgleichen, indem sie den Jugendlichen erlaubt, derartige Informationen zu beziehen und auch selbst zu veröffentlichen.

Im Sinne der Theorie der rationalen Medienwahl sollten sich im Zuge der Nutzung von „Epos4“ idealtypisch die erwarteten Gratifikationen (Soziale Interaktion, Unterhaltung, Information) einstellen, die aufgrund der Blockade anderer Gratifikationsquellen nicht oder schwieriger zu erhalten wären. Diese mediale Kompensierung bestehender Defizite des ländlichen Raums, kann sich positiv auf die Situation der Jugendlichen auswirken.

In einem nächsten Schritt, der im Rahmen dieser Arbeit leider nicht mehr möglich ist, gilt es potentielle Zusammenhänge empirisch zu prüfen. Als Forschungsanregung findet sich hierzu in Annex 9.4. ein Fragebogen, der sich für eine Online-Erhebung auf der Plattform eignet.

Zur Prüfung der Thesen müssten Zusammenhänge zwischen den Nutzungsmotivationen (Variable 4e / 1-17) und den Variablen 1e (Wohnortgröße), 3a (Entfernung zur nächsten Bezirkshauptstadt), 3b (Mobilitätsmöglichkeiten), 3c (Bewertung des örtlichen Freizeitangebotes) und 3d (Freunde nicht im selben Wohnort) geprüft werden.

Interessant erscheint auch eine Erhebung des allgemeinen Internetnutzungsverhaltens der Befragten. Mittels dieser Daten können Unterschiede hinsichtlich der Nutzung von „Epos4“ und den sonstigen Nutzungsgewohnheiten des Internets ermittelt werden. Daraus ließen sich wiederum Rückschlüsse auf den Kontext des ländlichen Raumes ziehen. (z.B. die Plattform wird häufiger genutzt, um neue Leute kennen zu lernen, als das Internet generell zu diesem Zweck verwendet wird).

In dem vorgeschlagenen Erhebungsinstrument finden sich allerdings keine Items zur Prüfung der in Kapitel 7.3. angestellten Überlegungen. In diesem Abschnitt wurden weit reichende Effekte der interaktiven Nutzung, die ebenfalls den problematischen Lebensbedingungen der Landjugend positiv entgegenwirken können, angeführt. Eine zentrale These in diesem Zusammenhang ist, dass die Erreichbarkeit der Region und die

Ermöglichung des Austauschs über regionale Themen, das Heimatgefühl positiv stärken und die Entstehung einer eigenständigen regionalen Jugendkultur fördern können.

Eine zweite These war, dass die freien Experimentierräume einer virtuellen Community nicht der Kontrolle der Erwachsenenwelt obliegen und somit eine Möglichkeit darstellen, jenseits des ländlichen Normalitätsdrucks agieren zu können. Beides wirkt lösend auf das Spannungsverhältnis zwischen Tradition und Moderne, welches das heutige „Land“ kennzeichnet. Zur empirischen Prüfung dieser Überlegungen bieten sich eher qualitative Methoden an.

Abschließend sei gesagt, dass die Tatsache, dass der behandelte Gegenstand in der (soziologischen) wissenschaftlichen Auseinandersetzung noch kaum Beachtung gefunden hat, wesentlich erstaunlicher ist, als die Realität, dass es lokale Vergemeinschaftung im Internet gibt.

Seitens der Politik wurde das Förderpotential virtueller Dienste für strukturschwache Gebiete bereits erkannt. Die Europäische Union will bis 2010 eine Milliarde Euro in den Ausbau des Breitband-Internets im ländlichen Raum investieren. Ziel dieser Maßnahme ist eine Verbesserung der Wirtschaft und Arbeitsmarktsituation. (Vgl. Österreichischer Gemeindebund, 2009, S.1f)

Dass regionale Vernetzung im ländlichen Raum auch im Sinne einer Jugendarbeit eingesetzt werden kann, blieb der Wissenschaft und auch der Politik bislang verborgen. In diesem Sinne gilt es, in der Arbeit diskutierte Zusammenhänge und Potentiale einer regionalen Jugend-Community zu prüfen. Daraus generierte wissenschaftliche Befunde können der Politik auf Länder- und Gemeindeebene als Anregung zur Etablierung ähnlicher Jugend-Seiten, wie „Epos4“ dienen. Diese könnten gezielt als Maßnahme zur Stärkung des Regionalbewusstseins junger BewohnerInnen eingesetzt und somit dem zunehmenden Problem der Landflucht entgegen gestellt werden.

Die Landesregierung Niederösterreich zeigt bereits Interesse an den Projekten des Vereins „Epos4“, die zum Teil bereits finanzielle Unterstützung finden. Allerdings sei vor einer Interventionspolitik gewarnt. Diese könnte das Fundament des enormen Erfolgs einer derartigen Jugend-Community gefährden. Worin dieses zu verorten ist, ist die eigenständige und interaktive Produktion von Inhalten.

„Die Webseite wird von den Usern gefüttert.“ (...) „EPOS4 lebt von den Usern.“

(Vgl. Vorstands-Interview, 2007)

Abschließend sollen einige Auszüge aus der Plattform abgebildet werden, die die gegenseitige positive Verstärkung eines Regionalgefühls verdeutlichen. Diese sollen bewusst unkommentiert stehen bleiben, um zu weiterer Beschäftigung mit der Thematik anzuregen.





Abbildung 42: Auszüge der Plattform „Epos4“ zum Thema „Waldviertel“

9 Annex

9.1 Demografische Daten

9.1.1 Einwohnerzahlen Waldviertel

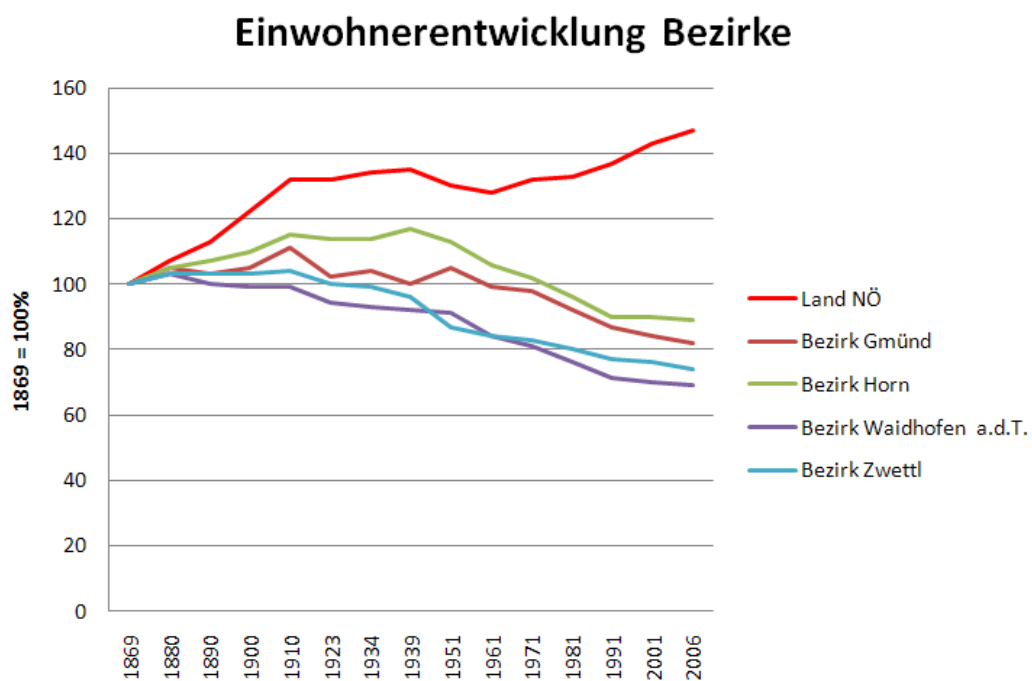
Einwohner und Fläche des Waldviertels		
Stand 2007		
Bezirk (Gemeinde)	Einwohner	Fläche (ha)
Waidhofen an der Thaya	27.438	66.914
Gmünd	38.977	78.624
Zwettl	44.527	139.976
Horn	31.863	78.399
-Röschitz	-1.052	-2.117
-Straning-Grafenberg	-763	-2.647
Krems Land	54.951	92.395
-Grafenegg	-2.919	-2.855
-Straß im Straßertale	-1.519	-2.249
-Bergern im Dunkelsteinerwald	-1.215	-3.653
-Furth bei Göttweig	-2.747	-1.239
-Mautern an der Donau	-3.387	-915
-Paudorf	-2.439	-3.010
-Rossatz-Arnsdorf	-1.172	-3.904
Krems Stadt	23.860	5.161
-Angern	-164	
-Brunnkirchen	-204	
-Hollenburg	-387	
-Thallern	-282	
Melk		
Artstetten-Pöbring	1.167	2.731
Dorfstetten	616	3.312
Emmersdorf an der Donau	1.760	2.932
Hofamt Priel	1.649	3.963
Klein-Pöchlarn	976	687
Leiben	1.362	1.253
Marbach an der Donau	1.642	1.066
Maria Taferl	853	1.218
Münichreith-Laimbach	1.733	3.882
Nöchling	997	1.959
Persenbeug-Gottsdorf	2.244	832
Pöggstall	2.501	5.892
Raxendorf	1.090	3.625
Sankt Oswald	1.126	3.217
Weiten	1.127	2.852
Yspertal	1.882	4.767
Hollabrunn		
Hardegg	1.449	9.328
Summe	227.540	492.396

9.1.2 Altersverteilung Niederösterreich (12-29 Jahre)

Jahr	Österreich	Burgenland	Kärnten	Nieder- österreich
Insgesamt	8.315.379	280.665	560.991	1.593.857
0 Jahre	76.900	2.181	4.824	14.072
1 Jahr	79.407	2.248	4.979	14.803
2 Jahre	80.651	2.335	4.978	15.261
3 Jahre	80.143	2.439	5.029	15.394
4 Jahre	81.169	2.399	5.006	15.783
5 Jahre	80.349	2.463	5.063	15.593
6 Jahre	80.643	2.467	5.234	15.670
7 Jahre	82.205	2.531	5.353	16.059
8 Jahre	84.003	2.615	5.612	16.461
9 Jahre	86.472	2.755	5.695	17.109
10 Jahre	91.428	2.785	6.072	18.077
11 Jahre	92.239	2.804	6.328	18.358
12 Jahre	93.988	2.909	6.399	18.557
13 Jahre	97.246	3.132	6.516	19.242
14 Jahre	99.313	3.062	6.780	19.798
15 Jahre	100.149	3.156	6.983	20.044
16 Jahre	100.354	3.200	7.063	20.325
17 Jahre	98.752	3.207	6.906	19.619
18 Jahre	99.270	3.206	6.760	19.227
19 Jahre	99.586	3.132	6.544	18.694
20 Jahre	100.357	3.035	6.489	18.248
21 Jahre	101.937	3.125	6.663	18.056
22 Jahre	104.699	3.171	6.773	18.108
23 Jahre	106.274	3.124	6.688	18.176
24 Jahre	109.542	3.179	6.855	18.630
25 Jahre	111.818	3.258	6.824	18.879
26 Jahre	111.312	3.313	6.794	18.572
27 Jahre	106.191	3.154	6.492	17.605
28 Jahre	104.022	3.130	6.347	17.304
29 Jahre	102.925	3.144	6.244	17.309

9.1.3 Einwohnerentwicklung Waldviertel

(Vgl. <http://www.wvblog.at/einwohnerentwicklung>)



9.2 Vorstands-Interview

INTERVIEWDATEN

Datum, Zeit: Sonntag, 09.09.2007, 14.30Uhr

Ort: „Tell“ in Waidhofen an der Thaya

Interviewpartner: Ing. Harald Angel (Obmann EPOS 4); Martin Zach
(Geschäftsführer EPOS4); Reinhard Pölzl (Schriftführer EPOS4)

Wichtige Anmerkung: Da eine Aufnahme des Interviews seitens der Interviewpartner nicht erwünscht war und auch meines Erachtens keine Notwendigkeit darstellte, wurden die Inhalte anhand schriftlicher Notizen festgehalten. Die folgenden Ausformulierungen sind eine sinnngemäße Wiedergabe dieser Inhalte des Interviews. Wörter bzw. Sätze in Kursivschrift entsprechen wörtlichen Zitaten. *Die Inhalte dieses Schriftstücks wurden von den Interviewpartnern autorisiert.*

1. ANFÄNGE UND ENTSTEHUNGSGESCHICHTE

Wie ist das Projekt der Webseite „epos4.at“ entstanden und wie hat es sich in den Anfangszeiten entwickelt?

Als wir uns (=Obmann Harald Angel und Geschäftsführer Martin Zach) 1999 beim Bundesheer kennen lernten, erlaubte uns Vizeleutnant Hinterleiter, dessen namentliche Erwähnung uns sehr wichtig ist, das Mitnehmen eines eigenen Laptops in die Kaserne. Geplagt durch Langeweile begannen wir in dieser Zeit durch „*learning by doing*“ unsere erste Webseite zu gestalten, die zunächst vor allem zur Bewertung und Diskussion von Eventfotos regionaler Veranstaltungen gedacht war. Die Seite hatte gleich von Beginn an 2000 Zugriffe pro Monat, was uns zum einen zeigte, dass eine Nachfrage nach einer regionalen Webseite besteht und zum anderen spornte uns dies an, weiter an dem Projekt zu arbeiten.

So gingen wir im Jahr 2001 eine Kooperation mit dem Lokalblatt „Der Waldviertler“ ein und schufen mit dessen Unterstützung eine neue Webseite, namens „Little WV“. Diese beinhaltete vor allem die Bereiche Kommunikation und Online-Spiele. So konnten sich die UserInnen auf dieser Seite nicht nur ein persönliches Profil anlegen, sondern sogar ihre eigene virtuelle Wohnung einrichten. Das Projekt scheiterte, was aber nicht an mangelndem Zuspruch lag, sondern an der Übernahme des „Waldviertler“ durch den „Bezirksblätter“-Verlag, der sich ausschließlich auf den Print-Bereich konzentrieren wollte.

Da wir das Projekt aber unbedingt fortführen wollten erstellten wir in einer „*zwei Wochen Tag-und Nachtschicht*“ eine eigene community, namens „EPOS4“. Es reichte uns aber nicht aus, die Jugend in der Region nur durch den Aufbau einer community zu unterstützen. Deshalb gründeten

wir auch einen Verein, der ebenfalls „EPOS4“ genannt wurde und begannen unter diesem Namen Events in der Region Waldviertel zu veranstalten. Zu den aller ersten Events zählten ein Konzert mit vier Bands in Waidhofen, ein Volleyballturnier in der „Anderswelt“ in Heidenreichstein und Musikevents in der „Eve-Bar“ in Vitis.

Der eigentliche „Durchbruch“ von Verein und Webseite gelang dann im Jahr 2003 durch die Übernahme des alten Kulturkinos „Avalon“ in Allentsteig, dass sich bereits zuvor bei den Jugendlichen im Raum Waldviertel großer Beliebtheit erfreute und weit reichend bekannt war. Auch das darauf folgende Jahresprogramm unseres Vereins fand großen Anklang und verhalf gleichzeitig auch der Webseite zu großer Bekanntheit. Das war eigentlich der Startschuss zur „Erfolgsgeschichte“.

2. TECHNISCHE VORAUSSETZUNGEN

Könnt ihr einem Laien erklären, welche technischen Voraussetzungen es für eine derartige Webseite braucht und wo ihr für die Umsetzung Unterstützung gefunden habt? Was hat sich im technischen Bereich im Laufe der Zeit verändert?

Zunächst müssen wir festhalten, dass wir uns das technische „Know-how“ aufgrund von Interesse einerseits und Langeweile andererseits selbst beigebracht haben.

Anfangs basierte unsere Seite auf der so genannten ASP-Technologie. Dabei wurde, bezieht man auch die Webseiten-Projekte, die wir vor „EPOS4“ gestartet haben, zweimal der Server gewechselt. Zunächst lief die Homepage über das „WV-Net“, dann über den Anbieter „WBS“ in Gmünd und schließlich über einen tschechischen Provider.

Aufgrund der rasch wachsenden Zugriffsraten auf die Seite, reichte ASP-Technologie nicht mehr aus und auch der Server musste gewechselt werden, da die Verbindung zu langsam war. Also stiegen wir auf die PHP-Technologie um und wechselten den Provider zu „Fidi-Solutions“ in Horn. Auch heute wird die Seite noch auf diesem Server betrieben. Der Anbieter nennt sich neuerdings aber „Xnode“. Eine weitere Technologieumstellung unter dem Schlagwort „Web 2.0.“ mit Augenmerk auf Userbility ist in Planung.

Mit der Veränderung der Technologie kamen auch immer wieder neue Features auf der Seite hinzu. So gibt es die Möglichkeit, Eventfotos auf die Plattform zu stellen bzw. anzusehen erst seit 2004. Die Webpage „EPOS4“ wurde nämlich zu Beginn hauptsächlich zur Kommunikation konzipiert. Features, die es schon anfangs gab waren z.B. das Postsystem, Clubs/Foren oder die Möglichkeit, ein persönliches Profil zu erstellen.

3. FINANZIERUNG

Wie könnt ihr die Webseite finanzieren? Könnt ihr durch den heutigen Erfolg der Seite auch schon Gewinne erzielen und wie werden diese gegebenenfalls verwendet?

Zu Beginn konnte die Seite mit Hilfe der Agentur „Lebende Seiten“ und Einnahmen durch Veranstaltungen im „Avalon“ finanziert werden. Die Kosten bewegten sich damals in einem Bereich von rund 100€ pro Monat. Durch die Umstellung auf die PHP-Technologie stiegen die Kosten allerdings immens an, weshalb der Verein mehr finanzielle Mittel benötigte.

Also führten wir die Membercard (silber/gold) ein. Diese können die UserInnen durch einen finanziellen Beitrag für ein halbes oder ganzes Jahr erwerben. Durch den Kauf der Karte erhalten sie erweiterte Möglichkeiten, die Plattform zu nutzen, die anderen UserInnen nicht zur

Verfügung stehen. Diese Finanzierungsidee entpuppte sich rasch als Erfolg. Bereits nach zwei Monaten hatten über 100 UserInnen eine Membercard erworben. Heute nennt sich das ganze „Supportermitgliedschaft“. Nähere Informationen hierzu finden sich auf der Webseite unter dem Menüpunkt „Supporter“.

Im Jahr 2004 begannen wir dann auch Werbemöglichkeiten auf unserer Seite anzubieten, was aufgrund der hohen Zugriffsraten ebenfalls sofort gut „gelaufen“ ist. Vor allem heimische Unternehmen können hier eine nach Region und Alter definierte Zielgruppe erreichen (z.B. regionale Fahrschule).

Außerdem erhalten wir seit einigen Jahren Förderungen vom Land NÖ (z.B. Jugendförderung „Come on“) und bekamen 2007 von NÖ Landeshauptmann Erwin Pröll den Preis für Stadt- und Dorferneuerung verliehen.

Das Projekt wird also heute durch die Unterstützung der UserInnen, der (heimischen) Wirtschaft und der Politik finanziert. Hinzu kommen immer wieder Einnahmen aus unterschiedlichen Veranstaltungen unseres Vereins. Diese Mittel reichen aus, um laufend in Verbesserungen der Plattform zu investieren, was eine Notwendigkeit darstellt, bedenkt man, dass sich die Zugriffsrate im letzten Jahr erneut verdoppelt hat. Es wird also nicht gewinnbringend gearbeitet, da vorhandene Ressourcen wieder in die Webseite und andere Projekte investiert werden. Die Bilanz beläuft sich somit immer auf „null“.

4. ERFOLG DER WEBSEITE

Worin begründet sich eurer Meinung nach der große Erfolg der Webseite?

„Erfolg ist das, was erfolgt, wenn man daran arbeitet.“ Wir haben von Anfang intensiv an einer Verbesserung der Seite gearbeitet, was wir auch nach wie vor konsequent tun. Dabei sind uns vor allem auch Verbesserungsvorschläge der UserInnen willkommen, die vielfach auch umgesetzt werden.

Wir haben bewusst nie eine Werbekampagne gemacht, um unsere Seite zu „promoten“. Wir setzen da immer auf die Mundpropaganda der UserInnen, was auch funktioniert. Auf Jugendliche hat es unserer Ansicht nach mehr Wirkung, wenn Freunde ihnen von der Seite erzählen, als wenn ihnen von „oben herab“ zu einer Nutzung geraten wird. Die Basis hat hier viel mehr Kraft.

Auch die stets parallel laufenden Veranstaltungen haben einen wesentlichen Teil zum Erfolg der Plattform beigetragen. Allerdings nicht deshalb, weil dort die Seite beworben wurde, sondern weil dadurch eine Verbindung zwischen community und realem Leben hergestellt werden konnte. Dadurch bekamen/bekommen Personen, die sich von der Plattform her kennen, die Möglichkeit sich auch im realen Leben kennen zu lernen, ohne sich zu zweit ein Treffen ausmachen zu müssen. Umgekehrt hatten/haben Jugendliche, die sich auf EPOS4-Versammlungen kennen lernten, die Möglichkeit auf der Plattform in Kontakt zu bleiben.

5. NUTZUNGSGRÜNDE

Warum glaubt ihr nutzen die Jugendlichen diese community so gerne?

Die Seite vermittelt ein Gefühl von „Heimat“, weil man dort viele Bekannte „treffen“ kann und vor allem Personen, die real nicht weit entfernt sind. EPOS4 bringt Leute zusammen. „Kommunikation verbindet.“ Über EPOS4 sind viele Freundschaften entstanden. Uns haben auch schon etliche Pärchen erzählt, dass sich über die Plattform kennen gelernt haben. Wir wissen auch von einigen Clubs, die sich mittlerweile regelmäßig außerhalb der Plattform treffen, z.B. der „Seniorenclub“, der „DJ-Club“ oder der „Club der Köche und Köchinnen“.

Was uns auch immer wieder auffällt, ist, dass die Selbstdarstellung eine zentrale Rolle spielt. Man kann sich auf der Plattform durch das persönliche Profil, das manche UserInnen sehr aufwendig gestalten, den anderen UserInnen präsentieren.

„Für viele hat EPOS4 auch einen richtigen Suchtfaktor.“

6. KOMMUNIKATION

a. Welche Kommunikationsmöglichkeit der Plattform wird eurem Wissen nach am meisten genutzt?

Das sind mit rund 20 000 Beiträgen täglich ganz eindeutig die „Profileinträge“. Das spricht einmal mehr für die Bedeutung der Selbstdarstellung, da diese auch von anderen gelesen werden können. Am zweit häufigsten, aber weit abgelegen, wird die Instant Message genutzt.

Die Nutzung der Kommunikationsmöglichkeiten variiert auch nach Alter. So beteiligen sich ältere UserInnen eher an Diskussionen und in anderen Bereichen, während die Jüngeren häufig den Chat verwenden.

b. Mit wem wird nach eurem Wissen am häufigsten kommuniziert- mit guten Freunden, mit „EPOS4-Bekanntschaften“, mit Personen, die man kennt, aber sonst nicht sieht?

„Alles!“ Und viele werden, wie bereits erwähnt auch durch EPOS4 zu guten Freunden. Der Durchschnitt in den „Friendlists“ liegt bei 200 Freunden.

c. Warum denkt ihr, wird auch mit guten Freunden auf der Plattform kommuniziert und nicht eine andere Verständigungsmöglichkeit, wie E-Mail, SMS oder Telefonieren, gewählt?

Wir glauben, dass es daran liegt, dass EPOS4 eher den Eindruck eines „Treffpunkts“ erweckt, weil mehrere Personen gleichzeitig präsent sind. Hinzu kommt wieder der Punkt der Selbstdarstellung. Außerdem ist es eine rasche und kostengünstige Kommunikationsmöglichkeit, bei der unverbindlich und in größerem Umfang, als etwa bei einer SMS, kommuniziert werden kann.

7. REGIONALE AUSRICHTUNG DER PLATTFORM

a. Internet- Communities bilden sich in der Regel basierend auf einem gemeinsamen Interesse (z.B.: Community der Katzenfreunde). EPOS4 hat keine bestimmte thematische Vorgabe. Worin besteht das gemeinsame Interesse der UserInnen?

Das gemeinsame Interesse ist die Region. Im Waldviertel kennt eigentlich jeder Jugendliche unsere Plattform.

b. Trotzdem es keine thematische Vorgabe gibt, bleibt der regionale Bezug in allen Anwendungsbereichen klar erkennbar. Woran liegt das?

Das liegt eben daran, dass die Plattform hauptsächlich von Leuten aus dem Waldviertel genutzt wird, die die Seite inhaltlich selbst mitgestalten. Die Nutzung der Plattform weitet sich zwar auch schon auf den Großraum NÖ aus. So gibt es mittlerweile auch schon Clubs von Jugendlichen anderer Regionen, wie dem Weinviertel, wo die Seite ebenfalls schon vielen bekannt ist. Dennoch sind nach wie vor zirka 95% der UserInnen aus dem Waldviertel oder ehemalige „Waldviertler“.

8. AKTIONSBEREITSCHAFT DER JUGENDLICHEN

Wie groß ist die Aktionsbereitschaft der Jugendlichen im Waldviertel? Bekommt ihr häufig Anfragen, Anregungen, Wünsche, Beschwerden etc.? Wenn ja, welche und wie geht ihr damit um?

Wir bekommen momentan eine „Aktivisten-Anfrage“ pro Tag. Allerdings gibt es nur zirka 40 Aktivisten, die wirklich kontinuierlich an unseren Projekten mitarbeiten. Viele arbeiten als Redakteure an der Webseite mit.

Bei Foren, in denen es um Verbesserungsvorschläge geht, ist die Beteiligung immer sehr hoch. Die Leute bringen hier auch wirklich gute Ideen ein, die wir dann gemeinsam umsetzen. Das ist auch einer der zentralen Erfolgsfaktoren der Plattform. „Die Webseite wird von den Usern gefüttert.“ „EPOS4 lebt von den Usern.“

9. ANGEBOT FÜR JUGENDLICHE IN DER REGION

Denkt ihr, dass es für junge Leute im Waldviertel genug Angebot gibt – Freizeitangebot, Veranstaltungsangebot, Jugendzentren/-treffs etc.? Wo bestehen Defizite und wie versucht EPOS4 diesen entgegen zu wirken?

Es gibt definitiv zu wenig Angebot. Es mangelt zum Beispiel an Sportveranstaltungen, weshalb wir z.B. den „EPOS4- Hallenzauber“ veranstalten. Auch die „Open Air- Landschaft“ ist dürrftig. Deshalb machen wir jedes Jahr im Sommer die „EPOS4- Steinbruchparty“, bei der wir sowohl regionale Bands fördern wollen, aber auch überregionale Künstler und DJs spielen lassen.

Autonome Jugendzentren gibt es im Prinzip gar keine. Wir haben bereits zweimal versucht, eines zu etablieren – 2003 im „Avalon“ in Allentsteig und 2005 im „Escape“ in Waidhofen. Beide Projekte scheiterten allerdings aufgrund mangelnder Unterstützung durch die Gemeinden.

Wir hatten allerdings vor einigen Jahren auch die Idee, ein mobiles Jugendzentrum zu schaffen und fanden für dieses Projekt Unterstützung beim Land NÖ. Dafür haben wir ein altes Wohnmobil völlig saniert und umgebaut, sodass es heute 16 Sitzplätze (umfunktionierbar in 7 Schlafplätze), eine Küche mit Herd, Spüle fließendem Wasser, sowie eine Heizung hat. Wir verwenden diesen fahrenden Treffpunkt für „Spiele- Sessions“, Grillfeste, Arbeitstreffen, Österreichreisen, Festivalbesuche und als Transportmittel.

Momentan sind wir auch an einem neuen Projekt „im Herzen des Waldviertels“ dran, was ein Modellprojekt für NÖ werden soll. Mehr können wir dazu aber momentan nicht sagen. Grundsätzlich bleibt noch zu sagen, dass die Schaffung eines Jugendzentrums neben dem Aufbau einer vernetzten Community eigentlich immer eines unserer zentralen Anliegen war bzw. ist.

10. ANDERE PROJEKTE

Denkt ihr EPOS4 ist ein Phänomen, das es nur im Waldviertel gibt oder wisst ihr von ähnlich erfolgreichen regionalen Jugend - Communities aus anderen Gebieten Österreichs?

Wir kennen in Niederösterreich noch die Jugendplattform „cursor.at“, die von der Landesregierung betrieben wird. Derartige Seiten sind aber unserer Ansicht nach wenig persönlich und von „oben herab“ gestaltet, was dem Wunsch der Jugendlichen nach Autonomie entgegensteht.

Die Politiker glauben zum Beispiel auch, dass eine Mitfahrbörse ein gutes Mittel zur Jugendförderung sei. Das mag theoretisch auch plausibel erscheinen, zeigt aber gleichzeitig auch, dass man sich wenig mit den Jugendlichen unterhält. Wir wissen beispielsweise von der Mitfahrbörse auf unserer Plattform – eines der am wenigsten genutzten Features – und den UserInnen, dass das in der Realität nicht funktioniert. *„Welche Eltern lassen schon ihre 14jährige Tochter mit jemanden mitfahren, den sie über eine Mitfahrbörse kennengelernt hat?“*

Nach den ersten Erfolgen von EPOS4 gab es im Waldviertel auch andere Ansätze von regionalen Webcommunities, die aber wieder abgeklungen sind, da wenig an Verbesserungen gearbeitet wurde. Derartige Projekte brauchen laufende Verbesserungsarbeit und lange Zeit, um sich zu etablieren.

Eine erfolgreiche Jugendseite, die wir kennen ist „szene1.at“. Diese wird aber nicht regional, sondern österreichweit genutzt und ist eher eine Eventfoto- Seite, da sie vielmehr zum Ansehen der Bilder als zur Kommunikation genutzt wird.

Das Besondere an EPOS4 ist das „all-in-one“ – Prinzip. Die Plattform gibt den UserInnen, im Gegensatz zu anderen Seiten, viele unterschiedliche Möglichkeiten, selbst aktiv zu sein.

9.3 UserInnen-Interviews

ALLGEMEINE INFORMATIONEN

Form der Befragung: Anhand von fünf konstanten Fragen wurden vier zufällig ausgewählte UserInnen mittels E-Mail schriftlich befragt.

Befragungszeitraum: 12.-15. September 2007

Angaben zu den befragten Personen

Person 1:	weiblich;	17 Jahre;	Bezirk Waidhofen (Waldviertel)
Person 2:	männlich;	16 Jahre,	Bezirk Zwettl (Waldviertel)
Person 3:	männlich,	15 Jahre,	Bezirk Gmünd (Waldviertel)
Person 4:	weiblich,	17 Jahre,	Waldviertel / Wien, 18.
Person 5:	weiblich,	14 Jahre,	Bezirk Waidhofen (Waldviertel)
Person 6:	männlich,	20 Jahre,	Bezirk Krems (Waldviertel)
Person 7:	weiblich,	15 Jahre,	Bezirk Waidhofen (Waldviertel)
Person 8:	männlich,	17 Jahre,	Bezirk Waidhofen (Waldviertel)
Person 9:	männlich,	14 Jahre,	Bezirk Horn (Waldviertel)
Person 10:	männlich,	19 Jahre,	Bezirk Gmünd (Waldviertel)
Person 11:	weiblich,	17 Jahre,	Bezirk Zwettl (Waldviertel)
Person 12:	männlich,	16 Jahre,	Bezirk Waidhofen (Waldviertel)

FRAGE 1: Wie hast du von "EPOS4" erfahren und warum hast du dich auf der Plattform registriert?

1: "Durch meinen damaligen Freundeskreis bin ich auf Epos4 aufmerksam geworden und wir fanden es einfach einen lustigen und unkomplizierten Weg der Kommunikation."

2: „Hab es durch einen Freund erfahren, dass es Epos4 gibt. Dachte mir es ist eine gute Möglichkeit zur Kommunikation.“

3: „In der Schule hab ich von Epos erfahren und die Neugier hat mich dazu verleitet mich in Epos4 zu registrieren.“

4: „Ich habe es von einer Freundin erfahren und um mit ihr in Kontakt zu bleiben, habe ich mich registriert.“

5: „Weil sehr viele von meinen Freunden dort angemeldet sind und man immer was Neues erfährt.“

6: „Durch Freunde in der Schule; einfach so; Kontakt zu Leuten.“

7: „Ich kenne es von Freunden und hab mich registriert, weil man mit Freunden jetzt auch übers Internet schreiben kann.“

8: „Durch Freunde, damit ich mit meinen Leuten chatten kann.“

9: „Freunde“

10: „Freunde haben mir gesagt, ich soll mich dort anmelden.“

11: „Von Freunden“

12: „Ich habe es von meinen Freunden erfahren und interessant gefunden.“

Zusammenfassung: Alle zwölf UserInnen gaben an, durch (Schul-)freunde von der Plattform erfahren zu haben. Sieben gaben an sich registriert zu haben, weil sie in der Plattform eine gute Kommunikationsmöglichkeit sehen. Ansonsten waren auch Neugier und der Wunsch der Freunde Motivationen für eine Registrierung.

FRAGE 2: Warum nutzt du EPOS4?

1: „In erster Linie natürlich um mit Freunden in Kontakt zu bleiben. Es ist einfach und geht um einiges schneller als zum Beispiel ein Telefonat. Viele Bekanntschaften sind auch direkt durch Epos4 entstanden und mit diesen Menschen unterhalte ich mich durch Epos4 regelmäßig.“

2: „Um mit Freunden zu kommunizieren, die ich unter der Woche, da ich in St.Pölten zur Schule gehe, nicht sehe.“

3: „Weil zum Großteil meine ganzen Freunde angemeldet sind und ich mich mit ihnen oder anderen unterhalten kann oder neue Bekanntschaften gründen kann und ich kann als Supporter sehen für wen ich interessant bin (Profil Besucher)“

4: „Freunde, Events im Waldviertel“

5: „Kommunikation mit Freunden“

6: „Ich muss mir die Geburtstage nicht mehr selber merken.“

7: „Kommunikation mit Freunden, Kennenlernen neuer Leute.“

8: „Ist ein wunderbarer Zeitvertreib, man kann mit Leuten schreiben, obwohl sie weit entfernt wohnen.“

9: „Zeitvertreib“

10: „Um zu erfahren wann und wo Events sind und um mich mit Freunden über IM'S und Mails zu verständigen.“

11: „wegen Freunden (online); Langeweile, Angebote (Events, PIXN, Epron,...)“

12: „als Zeitvertreib“

Zusammenfassung: Acht der zwölf Befragten gaben an, dass sie die Plattform zur Kommunikation mit Freunden nutzen, unter anderem weil EPOS4 einfache und schnelle

Kommunikation über Distanz ermöglicht. So gab einer der Befragten auch an, die Plattform zu nutzen, weil er mit Freunden, die er unter der Woche nicht sehen kann, in Kontakt bleiben möchte. Drei Personen gaben an, EPOS4 zu nutzen, um neue Bekanntschaften zu machen. Zu den mehrfach genannten Nutzungsmotiven zählen auch „Langeweile“ und „Zeitvertreib“. Dabei fällt auf, dass diese Gründe häufiger von den männlichen Befragten genannt wurden, als von den Weiblichen, für die eher die Kommunikation im Vordergrund steht. Drei der Befragten gaben auch an, die Plattform zu nutzen, um sich über Veranstaltungen zu informieren.

FRAGE 3: Wozu bzw. wie nutzt du EPOS4 hauptsächlich?

1: „Es bietet jungen Menschen die Möglichkeit, unkompliziert und einfach zu kommunizieren. Bietet in meinen Augen aber noch mehr (Events, PIXN, Clubs...)“

2: „Hauptsächlich zur Kommunikation mit Freunden.“

3: „Weil Epos eher zuverlässig ist; mit Freunden tratschen; Profile durchstöbern“

4: „Fotos, Events und Freunde“

5: „Kommunikation, Events“

6: „Events, Kommunikation“

7: „Eigentlich ziemlich viel: Kommunikation, Fotos, Events, ...“

8: „Events: nachschauen, was an bestimmten Tagen los ist; Fotos, IM, E-Mail, Verlauf“

9: „Kommunikation“

10: „Kommunikation (IM, Mail), Events, Bazar“

11: „E-Mail, Kommunikation, Fotos, Events, ...“

12: „Kommunikation mit anderen; Fotos von mir (Partys, Ausflüge) hinein zu stellen; um über Events informiert zu werden.“

Zusammenfassung: Alle zwölf Befragten gaben (unter anderem an), dass sie die Plattform hauptsächlich zur Kommunikation nutzen. Dabei wurde mehrfach die E-Mail- und Instant Message – Funktion genannt. Es scheint als wäre auch der Eventkalender (9 Nennungen) eines der beliebtesten Features der Plattform, ebenso wie die P.I.X.N, die sechs Mal genannt wurden (sowohl Fotos ansehen als auch diese auf die Plattform stellen).

FRAGE 4: Welche Vorteile bringt dir EPOS4?

1: „So ziemlich alle Menschen, mit denen ich in regelmäßigen Kontakt bin, sind hier angemeldet. Man kann also sagen, ich hätte alle Freunde auf "einen Mausklick"! :-) Es ist auch von Vorteil, immer nachsehen zu können, wo was wann los ist und vor allem auch, wer wo unterwegs ist. Weiters hat mir Epos4 auch echt viele neue Bekanntschaften ermöglicht.“

2: „schnelle und einfache Verbindung mit Freunden“

3: „In kann mir anschauen wie User sind, die ich nicht kenne“

4: „Kontakt mit Freunden aus dem Waldviertel halten.“

5: „Man ist immer am neusten Stand.“

6: „Schnelle Infos“

7: „z.B. wenn mit langweilig ist, geh ich ins EPOS oder auch um zu kommunizieren.“

8: „Damit man nach Events nachschauen kann, mit Freunden kommunizieren kann, Aussehen, Benutzerfreundlich“

9: „neue Kontakte zu knüpfen“

10: „Ich weiß immer wann und wo was los ist wegen den „Events“ und ich lerne neue Leute kennen.“

11: „gegen Langeweile, schauen welche Freunde online sind“

12: „Man kann neue Kontakte knüpfen.“

Zusammenfassung: Die Vorteile, die die Plattform bietet, sehen die Befragten, zunächst in der schnellen und einfachen Verbindung zu Freunden, die auch über Distanz möglich ist. Viele sehen auch einen Nutzen in der schnellen Informationsmöglichkeit. So kann man sich über regionale Veranstaltungen, Personen, etc. informieren und bleibt „am neusten Stand“. Auch die Möglichkeit, neue Bekanntschaften zu schließen wurde mehrfach erwähnt.

FRAGE 5: Was denkst du ist das "Besondere" an EPOS4, weshalb es so viele Leute aus dem Waldviertel nutzen?

1: „Eine Plattform in diesem Sinne gibt es einfach noch nicht. Schon gar nicht in diesen Ausmaßen. Es ist einfach jeder registriert und man kann über so ziemlich jeden Menschen, den man im W4 trifft, etwas erfahren oder ihn kontaktieren, indem man ihn auf Epos4 sucht.“

2: „Es hat sich irgendwann als eine gute community etabliert und ist einfach ein guter Kommunikationsweg.“

3: „Weil es ernst genommen wird und nicht so wie im Superchat umeinandergelogen wird und weil wirklich viele bekannte Leute drin sind.“

4: „Um sich mit anderen Leuten austauschen zu können, mit Freunden schreiben ... Um Informationen zu bekommen, wo man fortgehen kann ...“

5: „Hauptsächlich wegen der Leute und dem Kennenlernen neuer Menschen.“

6: „Es gibt keine andere!“

7: „Weil schon sehr viele Leute angemeldet sind, die man kennt ... Man kann auch sehen welche Events, wo sind ... das ist auch recht cool ... usw. ...“

8: „Weil es im Trend liegt, einfach zu bedienen, man lernt neue Leute kennen.“

9: „keine Ahnung“

10: „Weils sehr populär ist bzw. „in“ ist, sich dort anzumelden und sein Profil herzurichten und zu chatten.“

11: „man kennt die User (nicht anonym, wie in anderen Chaträumen); wegen Profil und Fragenkatalog; man kann neue Leute (Waldviertler) kennen lernen“

12: „kA *lol* “

Zusammenfassung: „Das Besondere“ der Plattform ist für die befragten UserInnen vor allem die Tatsache, dass sehr viele bekannte Menschen bzw. Personen aus der Region auf EPOS4 registriert sind, mit denen man kommunizieren bzw. über die man sich informieren kann. Dabei wird auch geschätzt, dass es sich um eine sehr „ehrliche“ Community handelt und hier weniger gelogen wird als in anderen Chaträumen. Deshalb lernt man hier auch gerne neue Leute kennen. Die Plattform ist auch ein guter Informationsweg (z.B. regionale Veranstaltungen). Außerdem stellten die UserInnen fest, dass es kein vergleichbares Angebot gibt und die Plattform sehr anwenderfreundlich ist.

9.4 Fragebogen für weiterführende Studien

1. DEMOGRAPHISCHE DATEN

a. Alter: _____ Jahre

b. Geschlecht:

- ☐ weiblich
 - ☐ männlich
-

c. Wohnst du im Waldviertel (NÖ)

- ☐ ja
 - ☐ nein, aber ich habe einmal dort gewohnt
 - ☐ nein, und ich habe auch nie dort gewohnt (weiter zu Frage 1e)
-

d. In welchem Bezirk im Waldviertel wohnst du momentan bzw. hast du einmal gewohnt, falls du nicht mehr im Waldviertel wohnst?

- ☐ Gmünd
 - ☐ Horn
 - ☐ Zwettl
 - ☐ Krems
 - ☐ Waidhofen an der Thaya
 - ☐ in keinem der genannten Bezirke
-

e. Wie viele Einwohner hat das Dorf/ die Stadt, in der du wohnst?

- ☐ 0 – 200 Ew.
 - ☐ 3 001 – 5000 Ew.
 - ☐ 201 – 500 Ew.
 - ☐ 5 001 – 10 000 Ew.
 - ☐ 501 – 1 000 Ew.
 - ☐ 10 001 – 20 000 Ew.
 - ☐ 1 001 – 1 500 Ew.
 - ☐ 20 001 – 50 000 Ew.
 - ☐ 1 501 – 2 000 Ew.
 - ☐ 50 001 – 100 000 Ew.
 - ☐ 2 001 – 3 000 Ew.
 - ☐ 100 001 – 500 000 Ew.
 - ☐ mehr als 500 000 Ew. (Wien)
-

f. Was ist deine momentane Beschäftigung?

- ☐ SchülerIn
 - ☐ arbeitslos
 - ☐ Lehrling
 - ☐ berufstätig
 - ☐ StudentIn
 - ☐ Sonstiges
-

g. Falls du noch zur Schule gehst, welchen Schultyp besuchst du?

- ☐ Hauptschule
 - ☐ BMS (z.B.: Handelsschule, ohne Matura)
 - ☐ Gymnasium (Unterstufe)
 - ☐ BHS (z.B.: HAK, HLW, HTL etc.)
 - ☐ Gymnasium (Oberstufe)
 - ☐ Polytechnikum
 - ☐ Sonstiges
 - ☐ GEHE NICHT MEHR ZUR SCHULE
-

h. Falls du nicht mehr zur Schule gehst, was ist deine höchste abgeschlossene Ausbildung?

- ☐ Pflichtschule ohne Lehre
 - ☐ Gymnasium (mit Matura)
 - ☐ Pflichtschule mit Lehre
 - ☐ Hochschulabschluss (Uni)
 - ☐ BMS (z.B.: Handelsschule, ohne Matura)
 - ☐ Sonstiges
 - ☐ BHS (z.B.: HAK, HLW, HTL etc., mit Matura)
 - ☐ GEHE NOCH ZUR SCHULE
-

2. INTERNETNUTZUNG allgemein

a. Wo nutzt du das Internet?

	JA	NEIN
Zuhause		
Schule/Arbeitsplatz		
bei Freunden / bei Verwandten		
öffentliche Zugänge (z.B. Internetcafe)		

b. Ich nutze das Internet durchschnittlich an ...

- ☐ 1
 - ☐ 2
 - ☐ 3
 - ☐ 4
 - ☐ 5
 - ☐ 6
 - ☐ 7 ... Tagen pro Woche
 - ☐ seltener als 1mal pro Woche
-

c. An einem Tag, an dem ich das Internet verwende, bin ich etwa _____ Stunden und _____ Minuten im Netz.

d. Wenn ich ins Internet gehe, beschäftige ich mit ...

	meist	oft	selten	nie
E-Mails				
Chatten (ISQ, Chatrooms)				
Online – Spiele				
Gezielt nach Informationen suchen				
An Diskussionsforen/Newsgroups teilnehmen				
Frei im WWW surfen				
Filme ansehen, Musik hören etc.				
EPOS 4				

e. Was ist deine liebste Seite im Internet?

3. Situation im LÄNDLICHEN RAUM

a. Wie lange brauchst du von deinem Wohnort zur nächsten Bezirkshauptstadt (Krems/Zwettl/Horn/Gmünd/Waidhofen)?

Fahrzeit: _____ Minuten

- ☐ Ich wohne direkt in einer der genannten Städte
- ☐ Ich wohne nicht im Waldviertel

b. Welche dieser Aussagen trifft auf dich zu?

- ☐ Ich habe einen KFZ-Führerschein (Moped, Motorrad, Auto oder sonstiges) und besitze auch ein entsprechendes Fahrzeug.

- Ich habe einen KFZ- Führerschein (Moped, Motorrad, Auto oder sonstiges), aber besitze kein entsprechendes Fahrzeug, kann mir ab und an ein Fahrzeug ausleihen.
 - Ich bin was meine Mobilität entspricht auf andere (Eltern, Freunde, öffentliche Verkehrsmittel etc.) angewiesen, da ich keinen Führerschein besitze oder nie ein Fahrzeug zur Verfügung habe.
-

c. Wie schätzt du das Freizeitangebot für Jugendliche / junge Erwachsene in deiner Umgebung deiner Stadt / deines Dorfes ein?

- sehr ausreichend
 - eher ausreichend
 - weniger ausreichend
 - gar nicht ausreichend
-

d. Schätze bitte, wie viel Prozent deiner Freunde nicht im selben Ort wohnen, wie du?

_____ Prozent

4. EPOS 4 – Nutzung

a. Wie oft besuchst du die Seite www.epos4.at?

- An... ○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5 ○ 6 ○ 7 ...Tagen pro Woche
- seltener als 1mal pro Woche
-

b. Wie lange bleibst du bei einem Besuch der Seite EPOS 4 durchschnittlich online?

_____ Stunden und _____ Minuten

c. Wann nutzt du EPOS4?

	häufig	Öfters	ab und zu	nie
Morgens (in Freizeit)				
Nachmittags (in Freizeit)				
Abends (in Freizeit)				
Nachts (in Freizeit)				
Während der Schul-/Arbeitszeit				
Während anderer Tätigkeiten am Computer / im Internet				

d. Womit beschäftigst du dich bei einem Besuch auf EPOS4?

	(Fast) immer	Öfters	ab und zu	nie
Chat				
Profileinträge machen/beantworten				
Forum				
Club				
P.I.X.N				
Eventkalender				
E-Mail				
Instant Messages schreiben				
Eposium				
Bazar				
Umfrage				
Epron				
Wette				
Charts				
TV				
Moviebase				
Witze				
Profile ansehen				

e. Inwiefern stimmst du folgenden Aussagen zu?

1. EPOS 4 ist eine gute Beschäftigungsmöglichkeit bei Langeweile.

stimme zu voll zu ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 stimme gar nicht zu

2. EPOS 4 finde ich gut, weil man dort neue Leute aus dem Waldviertel kennen lernen kann.

stimme zu voll zu ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 stimme gar nicht zu

3. Über EPOS 4 zu kommunizieren ist kostengünstiger als andere Kommunikationsmöglichkeiten (z.B. Telefonieren)

stimme zu voll zu ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 stimme gar nicht zu

4. EPOS 4 finde ich besser als andere Internet-Communities, weil dort lauter Waldviertler online sind.

stimme zu voll zu ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 stimme gar nicht zu

5. EPOS 4 macht einfach Spaß.

stimme zu voll zu ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 stimme gar nicht zu

6. EPOS 4 finde ich gut, weil man dort Informationen über (regionale) Veranstaltungen findet.

stimme zu voll zu ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 stimme gar nicht zu

7. EPOS 4 finde ich gut, weil man dort mehr über Personen aus der Region erfahren kann.

stimme zu voll zu ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 stimme gar nicht zu

8. EPOS 4 finde ich gut, weil man sich dort mit anderen zur gleichen Zeit „treffen“ kann, ohne am selben Ort zu sein.

stimme zu voll zu ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 stimme gar nicht zu

9. Ein kurzer Besuch auf EPOS 4 ist eine angenehme Erholung während anderer Tätigkeiten (z.B. Hausaufgaben)

stimme zu voll zu ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 stimme gar nicht zu

10. Es macht mir viel Spaß mein Profil auf EPOS 4 zu gestalten und zu verändern.

stimme zu voll zu ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 stimme gar nicht zu

11. Auf EPOS 4 sind viele Leute registriert, die ich kenne.

stimme zu voll zu ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 stimme gar nicht zu

12. Ich finde es super, dass ich auf EPOS 4 Leute viel unverbindlicher kennen lernen kann, als sonst.

stimme zu voll zu ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 stimme gar nicht zu

13. Auf EPOS 4 kann man für eine Zeit lang den Alltagsstress (Schule, Arbeit etc.) vergessen.

stimme zu voll zu ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 stimme gar nicht zu

14. Wenn ich mit meinen Freunden über EPOS 4 kommuniziere ist das für mich eine Zeitersparnis.

stimme zu voll zu ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 stimme gar nicht zu

15. Ich finde es gut, dass ich über EPOS 4 (Foren, Clubs etc.) die Möglichkeit habe Gleichgesinnte Leute kennen zu lernen.

stimme zu voll zu ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 stimme gar nicht zu

16. Ich nutze EPOS 4 auch deshalb gerne, weil man dort nützliche Informationen einholen kann (z.B. Kino- oder TV Programm).

stimme zu voll zu ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 stimme gar nicht zu

17. EPOS 4 ist einfach ein guter Zeitvertreib.

stimme zu voll zu ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 stimme gar nicht zu

f. Wie hast du von der Plattform EPOS4 erfahren?

- ☐ von Freunden
- ☐ Werbung
- ☐ Sonstiges: _____

g. Mit wem schreibst du auf EPOS4?

	sehr häufig	öfters	selten	nie
Mit meinen Freunden, die ich auch sonst oft treffe				
Mit Freunden und Bekannten, die ich nur selten treffe bzw. treffen kann				
Mit Leuten, die ich über EPOS4 kennen gelernt habe				
Mit „neuen“ Leuten				

h. Wie umfangreich hast du dein Profil ausgefüllt bzw. gestaltet?

Sehr umfangreich ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 gar nicht umfangreich

(z.B. Extragrafiken)

(keine Angaben außer Pflichtangaben)

i. Wie ehrlich sind die Angaben in deinem Profil bzw. wie sehr entsprechen die Angaben deiner Person/Persönlichkeit?

Sehr ehrlich ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 gar nicht ehrlich

j. Wie oft hast du dein Profil bzw. Teile deines Profils (z.B. Photo oder Steckbrief) im letzten halben Jahr geändert?

- ☐ noch nie
 - ☐ 1 – 2mal
 - ☐ 3 – 5mal
 - ☐ 5 – 10mal
 - ☐ öfter als 10mal
-

k. Zuletzt wollen wir noch wissen in welchen Bereichen der Plattform du schon aktiv mitgestaltet/-wirkt hast?

	ja	nein
Ich habe schon einmal Photos online gestellt.		
Ich habe schon einmal einen Artikel veröffentlicht.		
Ich habe schon einmal ein Forum eröffnet		
Ich habe schon einmal ein Angebot in den Bazar gestellt.		
Ich habe schon einmal eine Umfrage eröffnet oder einen Witz online gestellt.		
Ich habe schon einmal einen Club eröffnet.		
Ich habe schon einmal einen Eventhinweis online gestellt.		

9.5 Literaturverzeichnis

- **Akademie für Sozialarbeit des Landes OÖ** (1993): „Jungsein in Gmunden“; Linz: Studie; in Burger, Elisabeth (1996): Jugend im ländlichen Raum. Zur Lebenslage Jugendlicher zwischen Tradition und Moderne und die Konsequenzen für die Jugendarbeit auf dem Land; Wien: Diplomarbeit
- **Angerer-Rittmannsberger**, Martina (1999): Generation @? Jugend und Internet. Die Untersuchung einer Beziehung und möglicher Folgen. Wien: Diplomarbeit
- **Arnold**, Helmut / **Säger**, Norbert (1991): Alternativprojekte im ländlichen Raum und ihre Ausstrahlung auf Jugendliche; in: Böhnisch, Lothar (Hrsg): Ländliche Lebenswelten. Fallstudien zur Landjugend; Weinheim/ München: DJI-Verlag, S.93-104
- **Baacke**, Dieter (1997): Vortrag „Multimedia im Alltag von Jugendlichen – Ersetzung eines Erziehungsparadigmas durch ein Dialog-Paradigma“; Kongress „Bilderwelten-Weltbilder“ der Landesstelle Baden Würdenberg; zitiert in: Misoch, 2007)
- **Baacke**, Dieter (2003): Die 13- bis 18jährigen. Eine Einführung in die Probleme des Jugendalters; Weinheim: Beltz
- **Barthelmes**, Jürgen/ **Sander**, Ekkehard (2001): Erst die Freunde, dann die Medien. Medien als Begleiter in Pubertät und Adoleszenz. Medienerfahrungen von Jugendlichen; München: DJI Verlag Deutsches Jugendinstitut
- **Batinic**, Bernd/ **Bosnjak**, Michael/**Breiter**, Andreas (1997): Der „Internetler“ Empirische Ergebnisse zum Netznutzungsverhalten; in: Gräf, Lorenz/ Krajewski, Markus (1997): Soziologie des Internet- Handeln im elektronischen Web-Werk; Frankfurt am Main (u.a.): Campus-Verlag
- **Bendrin-Wahl**, Doris (1991): Über die Schwierigkeiten Frauen auf dem Lande zu beraten; in: Böhnisch, Lothar (Hrsg): Ländliche Lebenswelten. Fallstudien zur Landjugend; Weinheim/ München: DJI-Verlag, S.246-255

- **Berger**, Peter L. / **Luckmann**, Thomas (1986): Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie; Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verlag
- **Blumler**, Jay G. [Hrsg.] (1974): The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research; Beverly Hills/California [u.a.]: Sage
- **Böhm-Kasper**, Oliver (2004): Schulische Belastung und Beanspruchung. Eine Untersuchung von Schülern und Lehrern am Gymnasium; Münster/Westfalen u.a.: Waxmann
- **Böhnisch**, Lothar (1992): Sozialpädagogik des Kindes- und Jugendalters. Eine Einführung; Weinheim/München: Juventa Verlag
- **Böhnisch**, Lothar [Hrsg.] (1991): Ländliche Lebenswelten. Fallstudien zur Landjugend; München: DJI (Deutsches Jugendinstitut)
- **Böhnisch**, Lothar / **Funk**, Heide (1989): Jugend im Abseits? Zur Lebenslage jugendlicher im ländlichen Raum; München: DJI Deutsches Jugendinstitut
- **Böhnisch**, Lothar / **Münchmeier**, Richard (1990): Pädagogik des Jugendraums. Zur Begründung und Praxis einer sozialräumlichen Jugendpädagogik; Weinheim (u.a.): Juventa-Verlag
- **Böhnisch**, Lothar / **Winter**, Reinhard (1990): Pädagogische Landnahme. Einführung in die Jugendarbeit des ländlichen Raums; Weinheim (u.a.): Juventa – Verlag
- **Bollman**, Stefan (Hrsg.)/ **Heilbach**, Christiane (1998): Kursbuch Internet. (Cyber Watch); Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Verlag
- **Bonfadelli**, Heinz (1986): Jugend und Medien; in: „Media Perspektiven“ 1/86
- **Brunmayr**, Erich (1994): NÖ Jugendstudie 1993/94; Gmunden/Wien: Niederösterreich/Landesjugendreferat, Dr.Brunmayer & Co. <Gmunden>
- **Brunold**, Joachim/ **Merz**, Helmut/ **Wagner**, Johannes (2000): www.cyber-Communities.de: Virtual communities: Strategie, Umsetzung, Erfolgsfaktoren; Landsberg/Lech: mi, Verlag Moderne Industrie
- **Bundesministerium** für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz (Hg.) (1999): 3.Bericht zur Lage der Jugend in Österreich.

Themenauszug: Freizeit; Österreichisches Institut für Jugendforschung (auf URL: <http://www.bmgfj.gv.at/cms/site/attachments/0/7/6/CH0468/CMS1172491008147/freizeit.pdf>)

- **Bundesministerium** für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz (Hg.) (2003): 4.Bericht zur Lage der Jugend in Österreich.
Teil A: Jugendradar 2003; Wien: erstellt von SPECTRA- Marktforschungsges. m.b.H. und „jugendkultur.at“- Institut für Jugendkulturforschung und Kulturvermittlung; (auf URL: [http://www.bmgfj.gv.at/cms/site/ attachments/5/2/5/CH0468/CMS1172498050771/ vierter_jugendbericht_teil_a_kurzfassung.pdf](http://www.bmgfj.gv.at/cms/site/attachments/5/2/5/CH0468/CMS1172498050771/vierter_jugendbericht_teil_a_kurzfassung.pdf))
- **Bundesministerium** für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz (Hg.) (2003): 4.Bericht zur Lage der Jugend in Österreich.
Teil B: Prävention in der außerschulischen Jugendarbeit; Wien: erstellt von „jugendkultur.at“ – Institut für Jugendkulturforschung und Kulturvermittlung, Pädagogische Hoch-Schule Zürich, Verein Vital (auf URL: http://www.bmgfj.gv.at/cms/site/attachments/6/1/9/CH0510/CMS1172659493894/4._jugendbericht_-_teil_b_-_kurzfassung.pdf)
- **Burger**, Elisabeth (1996): Jugend im ländlichen Raum. Zur Lebenslage Jugendlicher zwischen Tradition und Moderne und die Konsequenzen für die Jugendarbeit auf dem Land; Wien: Diplomarbeit
- **Burkart**, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft; Wien/ Köln/ Weimar: Böhlau Verlag
- **Charlton**, Michael/ **Neumann-Braun**, Klaus (1990): Medienrezeption und Identitätsbildung - Kulturpsychologische und kultursoziologische Befunde zum Gebrauch von Massenmedien im Vorschulalter; Tübingen: Narr
- **Charlton**, Michael / **Neumann-Braun**, Klaus (1992): Medienkindheit – Medien-Jugend. Eine Einführung in die aktuelle kommunikationswissenschaftliche Forschung; München: Quintessenz-Verlag
- **Damm**, Diethelm (1980): Die Praxis bedürfnisorientierter Jugendarbeit. Projekte und Anregungen; München: Juventa-Verlag

- **Decius, Marc/ Panzieri, Ralf** (2000): „Wir sind das Netz.“ Chancen und Risiken des Internets für Kinder und Jugendliche – ein praktischer Leitfaden; Weinheim/Basel: Beltz-Verlag
- **Döring, Nicola** (2003): Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen; Göttingen/Bern/Toronto/Seattle: Hogrefe, Verlag für Psychologie
- **Dornmayr, Helmut / Nemeth, Dietmar** (1996): Oberösterreichische Jugendstudie 1996. Endbericht; Linz: Institut für Berufs- und Erwachsenenbildungsforschungen der Universität Linz (in: Bundesministerium, 1999)
- **Dorsch, Friedrich / Häcker, Hartmut/ Stapf, Kurt H.** [Hrsg.] (1994): Dorsch psychologisches Wörterbuch. 12./13. Aufl.; Bern/Göttingen/Toronto/ Seattle: Hans Huber
- **Eder, Ferdinand** (2005): Das Befinden von Kindern und Jugendlichen in der Schule; Studie: BMUK - Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur (auf URL: www.bmukk.gv.at/medienpool/15670/befindlichkeitsstudie_07.pdf)
- **Elliot, Philip** (1974): Uses and gratifications research: A critique and a sociological alternative; in: Blumler, Jay G. (1974): The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research; Beverly Hills/California (u.a.): Sage; S.249 - 268
- **Funk, Heide** (1993): Mädchen in ländlichen Regionen. Theoretische und Empirische Ergebnisse zur Modernisierung weiblicher Lebenslagen; Weinheim/München: DJI (Deutsches Jugendinstitut)
- **Fend, Helmut** (1998): Eltern und Freunde. Soziale Entwicklung im Jugendalter; Bern: Huber-Verlag
- **Fessel-GfK Hrsg.** (2004): Jugendstudie Burgenland; Wien: Fessel-GfK Institut für Marktforschung Ges.m.b.H. (auf URL: <http://www.ljr.at/formulare/TXTJugendBurgenlandBasisText.pdf?PHPSESSID=540c38c5d4c36c6f9d25ceb18075948d>)
- **Ferchhoff, Wilfried** (1993): Jugend an der Wende des 20.Jahrhunderts. Lebensformen und Lebensstile; Opladen: Leske + Budrich

- **Fröhlich**, Werner D. (2000): Wörterbuch Psychologie. 23. Auflage; München: DTV
- **Gförer**, Ulrike (1991): „Manchmal möchte ich weggehen ...“. Warum Mädchen auf dem Dorf bleiben; in: Böhnisch, Lothar (Hrsg): Ländliche Lebenswelten. Fallstudien zur Landjugend; Weinheim/ München: DJI-Verlag, S.237-246
- **Gräf**, Lorenz (1997): Locker verknüpft im Cyberspace. Einige Thesen zur Änderung sozialer Netzwerke durch die Nutzung des Internet; in: Gräf, Lorenz/ Krajewski, Markus: Soziologie des Internet. Handeln im elektronischen Web-Werk; Frankfurt am Main u.a.: Campus-Verlag
- **Gräf**, Lorenz/ **Krajewski**, Markus (1997): Soziologie des Internet. Handeln im elektronischen Web-Werk; Frankfurt am Main u.a.: Campus-Verlag
- **Giddens**, Anthony (1999): Soziologie; Graz-Wien: Nauser&Nauser
- **Greenberg**, Bradley S. (1974): Gratifications of Television Viewing and Their Correlation for British Children; in: Blumer, Jay G. (1974): The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratification Research; Beverly Hills/California (u.a.): Sage, S.71-92
- **Harth**, Thilo (2000): Das Internet als Herausforderung politischer Bildung. Schwalbach/Ts: Wochenschau-Verlag
- **Herkner**, Werner (2001): Lehrbuch Sozialpsychologie; Bern/ Göttingen/ Toronto/Seattle: Hans Huber - Verlag
- **Höflich**, Joachim R. (2003): Vermittlungskulturen im Wandel. Brief - E-Mail- SMS; In: Höflich, Joachim R. [Hrsg.] (2003) Vermittlungskulturen im Wandel. Brief – E-Mail – SMS; Frankfurt am Main/ Wien: Lang, S.39-61
- **Höflich**, Joachim R. / **Gebhardt**, Julian/ **Steuber**, Stefanie (2003): SMS im Medien-Alltag Jugendlicher. Ergebnisse einer qualitativen Studie; In: Höflich, Joachim R. [Hrsg.] (2003) Vermittlungskulturen im Wandel. Brief – E-Mail – SMS; Frankfurt am Main/ Wien: Lang, S.265-289
- **Holm**, Hänsel (2004): Stille Post?!...SMS in unserer Kommunikationsgesellschaft; Belegarbeit Mai 2004; (auf URL:http://contentl.grin.com/binary/hade_download/24616.pdf)

- **Huber**, Helga (1991): Mädchen und junge Frauen in der Dörflichkeit; in: Böhnisch, Lothar (Hrsg.): Ländliche Lebenswelten. Fallstudien zur Landjugend; Weinheim/ München: DJI-Verlag, S. 223-237
- **Hurrelmann**, Klaus (1995): Lebensphase Jugend. Eine Einführung in die sozial-
Wissenschaftliche Jugendforschung. 4.Auflage; Weinheim/München: Juventa
- **Husmann**, Heike (1998): Chatten im Internet Relay Chat (IRC). Einführung und
erste Analyse; München: KoPäd-Verlag
- **Ittel**, Angela / **Rosendahl**, Yvonne (2007): Internetnutzung und soziale
Integration im frühen Jugendalter; in: Mikos, Lothar/ Hoffman, Dagmar / Winter,
Rainer [Hrsg.] (2007): Mediennutzung, Identität und Identifikation. Die
Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbst-Findungsprozess der Jugendlichen.
Weinheim / München: Juventa Verlag, S.183-207
- **Jäckel**, Michael [Hrsg.] (2005): Mediensoziologie. Grundfragen und
Forschungsfelder; Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/ GWV
Fachverlage GmbH
- **Jarren**, Ottfried (1986): „Ländlicher Lokalismus“ durch Massenkommunikation?
Daten und Anmerkungen über ländliche Kommunikationsverhältnisse; in: Schmals,
Klaus M./ Voigt, Rüdiger (Hg.): Krise ländlicher Lebenswelten; Frankfurt am Main
(u.a.): Campus-Verlag
- **Kárász**, János (1983): Zusammenfassung aus den Untersuchungsgemeinden
Geras, Luns und Weikersdorf, sowie Schlussfolgerungen und
Veränderungsvorschläge; Wien: Institut für angewandte Soziologie; zitiert in:
Burger Elisabeth, 1996)
- **Käsler**, Dirk [Hg.] (2005): Aktuelle Theorien der Soziologie. Von Shmuel N.
Eisenstadt bis zur Postmoderne, München: Beck-Verlag
- **Katz**, Elihu. / **Blumler**, Jay. G. / **Gurevitch**, Michael (1974): Utilization of mass
communication by the individual; in: Blumler, J. G.: The Uses of Mass
Communications: Current Perspectives on Gratifications Research; Beverly
Hills/California [u.a.]: Sage

- **Katz**, Elihu/ **Gurevitch**, Michael/ **Haas**, Hadassah (1973): On the Use of the Mass Media for Important Things. In: American Sociological Review, 38: 1, S. 164-181 [auf URL: http://en.wikibooks.org/wiki/Communication_Theory/Uses_and_Gratifications]
- **Krappmann**, Lothar (1997): Alt und Jung. Spannung zwischen den Generationen; Frankfurt am Main (u.a.): Campus-Verlag; (zitiert in: Pape/Karnovski/Wirth, 2007)
- **Krenn**, Boris (2001): Theoretische und empirische Analyse von Stressbedingungen und Stressreaktionen im schulischen Kontext. Eine empirische Studie durchgeführt in Oberösterreich; Wien: Diplomarbeit
- **Kromer**, Ingrid (1992): Koedukation und feministische Mädchenarbeit in der außerschulischen Jugendarbeit – Widerspruch oder notwendige Ergänzung? Wien: Diplomarbeit
- **Lefebvre**, Henri (1987): Kritik des Alltagslebens. Grundrisse einer Soziologie der Alltäglichkeit; Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verlag (zitiert in Niesyto, 1991)
- **Lehmann**, Bernd (1998): Internet – (r)eine Männersache? ; in: Bollman, Stefan [Hrsg.] / Heilbach, Christiane (1998): Kursbuch Internet. [Cyber Watch]; Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Verlag; S.336ff
- **Luger**, Kurt (1985): Medien im Jugendalltag. Wie gehen die Jugendlichen mit mit Medien um – Was machen die Medien mit den Jugendlichen?; Graz-Wien: Böhlau-Verlag
- **Luger**, Kurt/ **Starker**, Reinhard (1999): Medienkonsum österreichischer Jugendlicher; Themenauszug aus dem „3.Bericht zur Lage der Jugend in Österreich; Wien: Bundesministerium für soziale Sicherheit und Generationen (auf URL:<http://www.bmgfj.gv.at/cms/site/attachments/0/7/6/CH0468/CMS1172491008147/medienkonsum.pdf>)
- **McQuail**, Denis/ **Blumler**, Jay G./ **Brown**, J. Robin (1972): The Television Audience. A Revised Perspective. In: McQuail, Denis (1972): Sociology of Mass Communications; Harmondsworth: Penguin Books, S.135-165

- **McQuail**, Dennis [Hrsg.](1972): Sociology of mass communications. Selected Readings, Harmondworth [u.a.]: Penguin Books
- **McQuail**, Denis (1983): Mass communication theory. An indroduction; London (u.a.): Sage
- **McQuail**, Denis (2002): McQuail's Mass Communication Theory; London/ Thousand Oaks/ New Dehli: Sage
- **Maletzke**, Gerhard (1972): Einführung in die Massenkommunikationsforschung; Berlin: Spiess
- **Maletzke**, Gerhard [Hrsg.] (1978): Psychologie der Massenkommunikation; Theorie und Systematik; Hamburg: Verlag Hans-Bedrow-Institut
- **Maslow**, Abraham H. (1954): Motivation and personality; New York: Harper and Row
- **Mikos**, Lothar/ **Hoffman**, Dagmar / **Winter**, Rainer [Hrsg.] (2007): Mediennutzung, Identität und Identifikation. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbst- Findungsprozess der Jugendlichen. Weinheim / München: Juventa Verlag
- **Misoch**, Sabina (2007): Die eigene Homepage als Medium adoleszenter Identitätsarbeit; in: Mikos, Lothar/ Hoffman, Dagmar / Winter, Rainer [Hrsg.] (2007): Mediennutzung, Identität und Identifikation. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbst- Findungsprozess der Jugendlichen. Weinheim / München: Juventa Verlag, S.163-183
- **MPFS Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest** (2005): JIM-Studie 2005. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland; Stuttgart. (auf: <http://www.mpfs.de/fileadmin/Studien/JIM2005.pdf>)
- **MPFS Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest** (2006): JIM-Studie 2006. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland; Stuttgart. (auf: http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf06/JIM-Studie_2006.pdf)

- **MPFS Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest** (2008): JIM-Studie 2006. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland; Stuttgart. (auf URL: http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf06/JIM-Studie_2006.pdf)
- **Mützfeld, Claudia** (2002): Nachrichtenfieber. Jugendliche und SMS; WDR 03.04.02 (auf URL: www.wdr.de/tv/service/familie/inhalt/20020403/b_2.phtml)
- **Niederösterreichische Landesregierung** (2007): Zahlen und Fakten. (auf URL: <http://www.noel.gv.at/Land-Zukunft/Zahlen-Fakten.html>)
- **Niesyto, Horst** (1991): Erfahrungsproduktion mit Medien. Selbstbilder, Darstellungsformen, Guppenprozesse; Weinheim - München: Juventa Verlag
- **Oerter, Rolf / Montada, Leo** (1987): Entwicklungspsychologie. Ein Lehrbuch; mit 80 Tabellen; München/Weinheim: Psychologie Verl. Union
- **ÖIJ** (2005) **1**: Mobilkom Austria Freizeitstudie 2005. Netzwerkkids im Spannungsfeld zwischen Schule, Freizeit und Job der Eltern. Endbericht der quantitativen Befragung von 10- bis 16-jährigen Kids in Österreich; Wien: ÖIJ (Österreichisches Institut für Jugendforschung) im Auftrag von „mobilkom austria“ (auf URL: http://www.oeij.at/site/article_list.siteswift?do=all&c=gotosession&d=de%2Fpublikationen%2Fdownload)
- **ÖIJ** (2005) **2**: Neue Gemeinschaften – Neue Identitäten? Eine Studie zu territorialen Identitäten Jugendlicher in der österreichisch-slowakischen Grenzregion; Wien: ÖIJ (Österreichisches Institut für Jugendforschung) im Auftrag von OeNB (auf URL: http://www.oeij.at/site/article_list.siteswift?do=all&c=gotosession&d=de%2Fpublikationen%2Fdownload)
- **Österreichischer Gemeindebund** (2009): EU Info 1/2009. Ausbau von Breitband-Internet im ländlichen Raum. Kommission will 1 Mrd.€ investieren; Brüssel: Österreichischer Gemeindebund (auf URL: http://www.gemeindebund.at/rcms/upload/content/EU_Info_1_09_BreitbandimLndlichenRaum.pdf?PHPSESSID=a3ce71d382)
- **Opaschowski, Horst W.** (2006): Pädagogik der Freizeit: Grundlegung für Wissenschaft und Praxis; Bad Heilbrunn/Obb.: Klinkhardt

- **Pape**, Thilo von/ **Karnowski**, Verena/ **Wirth**, Werner (2007): Identitätsbildung bei der Aneignung neuer Kommunikationsdienste; in: Mikos, Lothar/ Hoffman, Dagmar / Winter, Rainer [Hrsg.] (2007): Mediennutzung, Identität und Identifikation. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess der Jugendlichen. Weinheim / München: Juventa Verlag
- **Pross**, Harry (1972): Medienforschung. Film, Funk, Presse, Fernsehen; Darmstadt/Wien: Habel (zitiert in: Burkart, 2002)
- **Renckstorf**, Karsten (1977): Neue Perspektiven in der Massenkommunikation; Berlin: Spiess
- **Rheingold**, Howard (1994): Virtuelle Gemeinschaften; Düsseldorf: Addison-Wesley
- **Ronneberger**, Franz (1971): Sozialisation durch Massenkommunikation. In: Ronneberger, Franz (Hg.): Sozialisation durch Massenkommunikation. Der Mensch als soziales und personales Wesen. Band IV; Stuttgart: Ferdinand Enke, S.32-101
- **Rosengren**, Karl Erik (1974): Uses and Gratifications. A Paradigm outlined; in: Blumler, Jay G. (1974): The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research; Beverly Hills/California [u.a.]: Sage, S.269-286
- **Rosengren**, Karl Erik/ **Windahl**, Sven (1972): Funktionale Aspekte bei der Nutzung der Massenmedien; in: Maletzke, Gerhard (1972): Einführung in die Massenkommunikationsforschung; Berlin: Spiess
- **Rosner**, Ursula/ **Ostermayer**, Birgit (2003): Das Freizeitverhalten Dreizehn- bis Vierzehnjähriger im Vergleich von Stadt und Land. Wien: Diplomarbeit
- **Rost**, Martin (1997): Anmerkungen zu einer Soziologie des Internet; in Gräf, Lorenz/ Krajewski, Markus (1997): Soziologie des Internet. Handeln im elektronischen Web-Werk; Frankfurt am Main u.a.: Campus-Verlag
- **Rötzer**, Florian/ **Baudrillard**, Jean (1993): Cyberspace. Zum medialen Gesamtkunstwerk; München: Boer
- **Säger**, Norbert (1991): Scheitern an der Normalität; in: Böhnisch, Lothar (Hrsg.): Ländliche Lebenswelten. Fallstudien zur Landjugend; Weinheim/ München: DJI-Verlag, S.104-128

- **Schenk**, Michael (2002): Medienwirkungsforschung, 2.Aufl.; Tübingen: Mohr Siebeck
- **Scheu**, Bringfriede (1991): Leben auf dem Land heißt mobil sein; in: Böhnisch, Lothar (Hrsg): Ländliche Lebenswelten. Fallstudien zur Landjugend; Weinheim/ München: DJI-Verlag, S.142-152
- **Schilling**, Johannes (1977): Freizeitverhalten Jugendlicher. Eine empirische Untersuchung ihrer Gesellungsformen und Aktivitäten; Weinheim (u.a.): Beltz
- **Schilling**, Johannes (1991): Jugend- und Freizeitarbeit; Neuwied (u.a.): Luchterhand
- **Schimpf**, Elke (1991): Zwischen Schwank und Punk – Kulturprojekte auf dem Lande; in: Böhnisch, Lothar (Hrsg): Ländliche Lebenswelten. Fallstudien zur Landjugend; Weinheim/ München: DJI-Verlag, S.152-173
- **Schmals**, Klaus M. / **Voigt**, Rüdiger (1986): Krise ländlicher Lebenswelten. Analysen, Erklärungsansätze und Lösungsperspektiven; Frankfurt am Main (u.a.): Campus-Verlag
- **Schnoor**, Oliver (2007): Szenemediale Identitätsangebote und mediatisierte Identifikationsmodi. Das Beispiel Graffiti in subkultureller und biographischer Perspektive; in: Mikos, Lothar/ Hoffman, Dagmar / Winter, Rainer [Hrsg.] (2007): Mediennutzung, Identität und Identifikation. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbst-Findungsprozess der Jugendlichen. Weinheim/ München: Juventa Verlag, S. 207-223
- **Schorb**, Bernd (1995): Medienalltag und Handeln. Medienpädagogik im Spiegel von Geschichte, Forschung und Praxis; Opladen: Leske + Budrich
- **Schroer**, Markus (2005): Richard Senett; in: Käsler Dirk (2005): Aktuelle Theorien der Soziologie von Shmuel N. Eisenstadt bis zur Postmoderne, München: Beck-Beckverlag, S.250-266
- **Statistik Austria 1** (2008): IKT-Einsatz in Haushalten; (auf URL:http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/index.html)

- **Statistik Austria 2** (2008): Jahresdurchschnittsbevölkerung nach Alter und Bundesland. (auf URL: www.statistik.at/web_de/static/jahresdurchschnittsbevölkerung_2007_nach_alter_und_bundesland_-_insgesamt_023428.pdf)
- **Stegbauer**, Christian (2001): Grenzen virtueller Gemeinschaft. Strukturen internetbasierter Kommunikationsforen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag
- **Stegbauer**, Christian (2005): Medien und soziale Netzwerke; in: Jäckel, Michael [Hrsg.] (2005): Mediensoziologie. Grundlagen und Forschungsfelder; Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH
- **Steinmaurer**, Thomas (2002): Konzentriert und verflochten. Österreichs Mediensystem im Überblick; Innsbruck: Studien Verlag Ges.m.b.H.
- **Strobl**, Tina (2005): Der PC als Kommunikationsmittel im Alltagsleben Jugendlicher. Untersuchung anhand einer qualitativ empirischen Studie an OberstufenschülerInnen; Wien: Diplomarbeit
- **Taube**, Rolf (1994): Jugend und Freizeit; in Niedersächsisches Kultusministerium (Hrsg.): Jugendkompass; (in: Bundesministerium, 1999)
- **Thiedeke**, Udo (2005): Medien und virtualisierte Vergesellschaftung; in: Jäckel, Michael [Hrsg.] (2005): Mediensoziologie. Grundlagen und Forschungsfelder; Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH
- **Thierman**, Sven (2007): Produktive Identität. Mediale Aneignungstechniken Zwischen Innovation und Nachahmung; in: Mikos, Lothar/ Hoffman, Dagmar / Winter, Rainer [Hrsg.] (2007): Mediennutzung, Identität und Identifikation. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess der Jugendlichen. Weinheim / München: Juventa Verlag, S.39-51
- **Tokarski**, Walter/ **Schmitz-Scherzer**, Reinhard (1985): Freizeit; Stuttgart: Teubner
- **Vollbrecht**, Ralf (2002): Jugendmedien; Tübingen: Niemeyer
- **Von Feilitzen**, Celia (2002): Needs as an explanatory factor of television viewing; In: McQuail, Denis (Hg.): McQuail's Reader in Mass Communications Theory; London/ Thousand Oaks/ New Delhi: Sage, S.355-363

- **Wahl**, Peter (1991): Wo der Mann noch Mann ist; in: Böhnisch, Lothar (Hrsg): Ländliche Lebenswelten. Fallstudien zur Landjugend; Weinheim/ München: DJI-Verlag, S.255-265
- **Zehenter**, Hedwig (2005): Die Mediennutzung der Jugendlichen; Studie der ORF Markt- und Meinungsforschung, Juni 2005 (auf URL: http://mediaresearch.orf.at/c_studien/studientag%20jugend.pdf)
- **Ziemann**, Andreas (2006): Soziologie der Medien; Bielefeld: Transcript-Verlag

Weitere Quellen:

- **de.wikipedia.org** 1: Waldviertel (auf URL: de.wikipedia.org/wiki/Waldviertel)
- **de.wikipedia.org** 2 : Demografie Wiens (auf URL: de.wikipedia.org/wiki/Demografie_Wiens)
- **Jugendschutzgesetz Neu** (2002): Gesetz zum Schutz der Jugend (auf URL: <http://www.wien.gv.at/recht/landesrecht-wien/landesgesetzblatt/jahrgang/2002/html/lg2002017.htm>)
- **Kulturverein EPOS4** (2007): Informationsbroschüre zur Webseite „www.epos4.at“; Gebhardts
- **Österreich Lexikon „aeiou“** (2008): Strafmündigkeit (auf URL: <http://aeiou.iicm.tugraz.at/aeiou.encyclop.s/s891218.htm>)
- **UserInnen-Interviews** (2007): Schriftliche Befragung von zwölf „Epos4“ – UserInnen
- **Vorstands-Interview** (2007): Interview mit Geschäftsführer, Vereinsobmann und Schriftführer des Kulturvereins „EPOS 4“
- **www.epos4.at** / Statistik
- **www.epos4.at** / Umfragearchiv
- **www.mediasearch.orf.at**: Jugend online. Neue Medien im Jugendlichen Alltag; Powerpoint-Präsentation zum „Studentag Jugend“ (auf URL: mediaresearch.orf.at/c_studien/studentag%20jugend.pdf)

9.6 Lebenslauf

Persönliche Daten

Name: Magdalena Maria Hahn
 Titel: Bakk. Bakk.
 Adresse: 1200 Wien, Pappenheimgasse 66-68/43
 Geburtsdatum: 26. August 1984
 Staatsbürgerschaft: Österreich

Ausbildung

1990 – 1994: Volksschule Zwettl/NÖ
 1994 – 2002: Gymnasium Zwettl/NÖ
 06/2002: Absolvierung der Reifeprüfung
 ab 10/2002: Studium der Ernährungswissenschaften (Universität Wien)
 2003 – 2006: Bakkalaureatstudium Soziologie (Universität Wien) - Abschluss „Bakk. Phil.“
 2003 – 2008: Bakkalaureatstudium der Publizistik und Kommunikationswissenschaften (Universität Wien) – Abschluss „Bakk.Phil.“
 2006 – 2009: Magisterstudium Soziologie (Universität Wien)
 09/2008 – 11/2008: Ausbildung zur Video-Journalistin (News on video GmbH)

Praktika / Beruf

04-11/2002: Teamleiter / PR-Agentur Dialog Direkt
 05/2003 - 12/2004: geringfügige Beschäftigung / Immobilien Hahn-Schachinger
 07-08/2004: Ferialpraktikum / Umweltberatung NÖ
 06-11/2005: Redaktion / NÖN (Niederösterreichische Nachrichten)
 06/2006 – 11/2008: Eventmanagement / Marketing Hitradio Ö3
 02-08/2008: Praktika / Ecker & Partner Öffentlichkeitsarbeit und Lobbying GmbH
 11/2008: Redaktion / Pro7-Sat1 Austria News (Puls4 TV & Co KG)
 seit 12/2008: Redaktion / PULS 4 Event TV (Puls4 TV & Co KG)

Sonstiges: Kellnerin in Jugendlokalen, Mitwirkung bei Jugendfördervereinen (Event-Organisation und Betreuung)

9.7 Abstract

In theoretischen Arbeiten zu virtuellen Communities wird häufig konstatiert, dass diese basierend auf einer Interessensgleichheit der TeilnehmerInnen entstehen, wobei geografische Bezüge keine Bedeutung besäßen. Im Widerspruch zu diesen Annahmen steht die Internetplattform „www.epos4.at“, die zu über 90% von Personen einer spezifischen, ländlichen Region, konkret im Raum Waldviertel in NÖ, genutzt wird. Interessant ist dabei vor allem der enorm hohe Anteil an NutzerInnen relativ zur Gesamtbevölkerung dieses Gebietes. Mehr als jeder zweite Jugendliche dieser Region ist auf der Plattform registriert, obwohl diese keine spezifische thematische Ausrichtung aufweist.

Basierend auf diesen Überlegungen lautet die zentrale Forschungsfrage: „Wie lässt sich die rege Nutzung einer regionalen virtuellen Jugend-Community im ländlichen Raum erklären?“⁴⁵. Als Beantwortungsgrundlage wird die Theorie der rationalen Medienwahl, konkret des Nutzenansatzes, herangezogen. Dieses Modell besagt, dass Personen Medien aktiv als Gratifikationsinstanzen auswählen bzw. nutzen.

Da in einer mediensoziologischen Betrachtung, auch bei akteurszentrierter Ausrichtung einer Arbeit, eine Berücksichtigung des sozialen Kontexts der Handelnden unablässig ist, werden zwei spezifische Kontextfaktoren implementiert. Einerseits gelten die besonderen Gegebenheiten des „ländlichen Raums“ (dort wird „Epos4“ genutzt) und andererseits die Altersphase „Jugend“ (diese Personen nutzen „Epos4“) als Ausgangspunkt der Überlegungen.

Aus der Konstellation spezifisch jugendlicher Bedürfnisse und der Blockierung alternativer Gratifikationsquellen im ländlichen Raum lässt sich die rege Nutzung einer regionalen Plattform kausal verstehen. Das lässt sich an einem konkreten Beispiel verdeutlichen: Jugendliche haben ein verstärktes Bedürfnis nach Kontakt mit Gleichaltrigen. Persönliche Treffen gestalten sich aber im ländlichen Raum aufgrund

⁴⁵ Konkret im Hinblick auf den Untersuchungsgegenstand formuliert lautet die Frage: „Wie lässt sich die rege Nutzung der regionalen Jugend-Community „Epos4“ im ländlichen Raum Waldviertel erklären?“

großer und schwer zu überbrückender Distanzen oftmals schwierig. Um soziale Gratifikationen zu erhalten, müssen ersatzweise medial vermittelte Kommunikationsformen gewählt werden. Warum hierfür ausgerechnet eine virtuelle Community gewählt wird und nicht etwa ein Telefonat, lässt sich anhand unterschiedlicher Medienmerkmale erklären. Eine Online-Plattform ermöglicht beispielsweise im Vergleich zu anderen Kommunikationsmedien die gleichzeitige Interaktion mehrerer. Gerade Jugendliche haben das Bedürfnis Erfahrungen in der *Gruppe* zu machen.

In der Arbeit wird aufgezeigt, inwiefern eine regionale Plattform durch die Kompensation bestehender realräumlicher Benachteiligungen bzw. Defizite ländlicher Gebiete, positiv auf die Lebensumstände junger BewohnerInnen einwirken kann. Einerseits wird dies über den Erhalt gewünschter Gratifikationen und andererseits über die Lösung des Spannungsverhältnisses zwischen Tradition und Moderne durch Regionalorientierung (basierend auf regionaler Vernetzung) beschrieben.

In einem Ausblick werden Anregungen für weiterführende empirische Studien gegeben, die im Rahmen dieser Diplomarbeit nicht möglich sind.